

**PLAN DE MEJORAMIENTO PARA
MICROEMPRESAS PRODUCTIVAS VINCULADAS AL PROGRAMA DE LA
FUNDACIÓN CARVAJAL**

EDUAR ORLANDO MENDOZA POLO

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2012**

**PLAN DE MEJORAMIENTO PARA
MICROEMPRESAS PRODUCTIVAS VINCULADAS AL PROGRAMA DE LA
FUNDACIÓN CARVAJAL**

EDUAR ORLANDO MENDOZA POLO

**Pasantía Comunitaria para optar al título de
Administrador de Empresas**

**Director:
GONZALO ARMANDO FORERO TORRADO
Ingeniero Agrónomo**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2012**

Nota de aceptación:

Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Autónoma de Occidente para optar al título de Administrador de Empresas.

MARÍA EUGENIA TORRES

Jurado Evaluador

ROBERTO SÁNCHEZ MEDINA

Jurado Evaluador

Santiago de Cali, 27 de Febrero de 2012

CONTENIDO	Pag.
RESUMEN	11
INTRODUCCIÓN	12
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA	13
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	14
2. OBJETIVOS	15
2.1 OBJETIVO GENERAL	15
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	15
3. ANTECEDENTES	16
4. JUSTIFICACIÓN	17
5. MARCO REFERENCIAL	18
5.1 MARCO TEORICO	18
5.2 MARCO CONCEPTUAL	19
5.3 MARCO CONTEXTUAL	22
6. METODOLOGÍA	23

6.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	23
6.2 DISEÑO METODOLÓGICO	23
7. GENERALIDADES DE LA COMUNIDAD	24
8. DESARROLLO PRIMER OBJETIVO ESPECIFICO	26
8.1 DATOS GENERALES DE LA MICROEMPRESA	26
8.2 PERFIL EMPRESARIAL	26
8.3 DIAGNOSTICO INICIAL	27
8.4 PLAN DE MEJORAMIENTO INICIAL	29
8.5 ANÁLISIS ÁREAS DE LA MICROEMPRESA	30
8.5.1 Área administrativa, comercial y legal	30
8.5.2 Área de mercadeo	34
8.5.3 Área contable y financiera	41
8.6 PLAN DE MEJORAMIENTO A SEGUIR	50
9. DESARROLLO SEGUNDO OBJETIVO ESPECIFICO	52
9.1 DATOS GENERALES DE LA MICROEMPRESA	52
9.2 PERFIL EMPRESARIAL	52
9.3 DIAGNOSTICO INICIAL	53
9.4 PLAN DE MEJORAMIENTO INICIAL	55

9.5 ANÁLISIS ÁREAS DE LA MICROEMPRESA	57
9.5.1 Área administrativa , comercial y legal	57
9.5.2 Área de mercadeo	60
9.5.3 Área contable y financiera	65
9.5.4 Área de producción	72
9.6 PLAN DE MEJORAMIENTO A SEGUIR	74
10. CONCLUSIONES	76
11. RECOMENDACIONES	77
BIBLIOGRAFÍA	78

LISTA DE CUADROS

	Pag.
Cuadro 1. Plan de mejoramiento inicial	29
Cuadro 2. Análisis DOFA	34
Cuadro 3. Lista de clientes	35
Cuadro 4. Marketing MIX	36
Cuadro 5. Inventario inicial de activos fijos	41
Cuadro 6. Lista de materiales que se utilizan en los productos	42
Cuadro 7. Margen de contribución industria	43
Cuadro 7. Margen de contribución comercio	43
Cuadro 9. Costos fijos	44
Cuadro 10. Gastos administrativos	44
Cuadro 11. Otro ingresos	45
Cuadro 12. Sueldo empresario	45
Cuadro 13. Margen de contribución ponderado y punto de equilibrio	46
Cuadro 14. Estudio de costos vs. estado de ganancias o perdidas	46
Cuadro 15. Balance general comparativo	48
Cuadro 16. Estado de ganancias o pérdidas	49
Cuadro 17. Razones financieras	49
Cuadro 18. Plan de mejoramiento inicial	55

Cuadro 19. Análisis DOFA	60
Cuadro 20. Lista de clientes	61
Cuadro 21. Marketing MIX	62
Cuadro 22. Inventario inicial de activos fijos	66
Cuadro 23. Lista de materiales que se utilizan en los productos	67
Cuadro 24. Margen de contribución industria	67
Cuadro 25. Costos fijos	68
Cuadro 26. Gastos administrativos	68
Cuadro 27. Otro ingresos	68
Cuadro 28. Sueldo empresario	69
Cuadro 29. Margen de contribución ponderado y punto de equilibrio	69
Cuadro 30. Estudio de costos vs. estado de ganancias o perdidas	70
Cuadro 31. Balance general comparativo	71
Cuadro 32. Estado de ganancias o pérdidas	72
Cuadro 33. Razones financieras	72

LISTA DE FIGURAS

	Pag.
Figura 1. Mapa de Santiago de Cali (Distribución por Comunas)	24
Figura 2. Empresaria Magally Cobo Sánchez	26
Figura 3. Organigrama	32
Figura 4. Proceso de prestación del servicio	33
Figura 5. Canal de servicio	33
Figura 6. Tarjeta de presentación	37
Figura 7. Volante	38
Figura 8. Aviso	38
Figura 9. Plano exhibición antes	39
Figura 10. Exhibición antes	39
Figura 11. Plano exhibición después	40
Figura 12. Exhibición después	40
Figura 13. Eduar Molina Hurtado	52
Figura 14. Organigrama	58
Figura 15. Proceso de prestación del servicio	59
Figura 16. Canal de servicio	59
Figura 17. Logo	63
Figura 18. Tarjeta de presentación	63

Figura 19. Aviso	64
Figura 20. Sticker	64
Figura 21. Volante	65
Figura 22. Plano distribución planta antes	73
Figura 23. Plano distribución planta después	74

RESUMEN

Este trabajo consiste en diseñar y poner en marcha un plan de mejoramiento en dos (2) microempresas del sector del Retiro en la ciudad de Cali, por medio de asesorías donde el estudiante en pasantía universitaria aplica sus conocimientos adquiridos durante la carrera, se evalúan las áreas funcionales de las empresas: administrativa, producción, mercadeo y ventas, costos y contable y financiera detectando las falencias que se tienen, luego de identificar estas fallas se procede a proponerle a los empresarios una serie de actividades que le ayudarán a mejorar y fortalecerse de tal forma que estas falencias desaparezcan.

El objetivo de este trabajo es mejorar y fortalecer las condiciones en que compiten las microempresas de estos sectores puesto que tienen una problemática económica y social que no les permite crecer y desarrollarse empresarialmente. Además de proporcionarles las herramientas para que ellos mismos lo puedan seguir haciendo, enriqueciendo su espíritu empresarial como emprendedores que son.

PALABRAS CLAVE: PLAN DE MEJORAMIENTO. ÁREAS FUNCIONALES DE LAS EMPRESAS.

INTRODUCCIÓN

En la ciudad de Santiago de Cali, específicamente en la comunidad de los barrios el Retiro y Vallado, sus habitantes se encuentran en la permanente búsqueda del mejoramiento de su calidad de vida, han desarrollado diferentes ideas de negocio, que satisfacen sus necesidades y las de su comunidad. Con el ánimo de garantizar la productividad y competitividad de estas microempresas, se ha creado el programa: Generación de Ingresos y Fortalecimiento de la Capacidad Productiva de las Comunidades de los barrios el Retiro y el Vallado en Cali, convenio desarrollado por la Corporación Andina de Fomento (CAF), la Fundación Carvajal, en alianza con la Universidad Autónoma de Occidente y sus estudiantes del Programa de Administración de Empresas, que decidieron aportar sus conocimientos para el cumplimiento de dichos propósitos.

Como dice Arcos¹, dentro de la economía Colombiana las microempresas ocupan un lugar relevante, pues constituyen un generador positivo de ingresos, empleo, desarrollo y bienestar para la población urbana.

¹ **ARCOS**, René, et al.: Manual del asesor. 2 ed. Cali: Fundación Carvajal, 2006.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

En el Oriente de la ciudad de Santiago de Cali, en el sector del Distrito de Aguablanca la situación socio-económica se agudiza por los bajos niveles de educación, el desempleo, la violencia intrafamiliar y los grupos al margen de la ley. En este entorno donde se encuentran personas (microempresarios) con deseos de generar microempresas y quienes han depositado sus esperanzas de progreso en actividades relacionadas con la cerrajería en aluminio, panadería y pastelería, manualidades artísticas y la cerrajería en general.

Estos microempresarios, vinculados al programa de la Fundación Carvajal, se caracterizan por haber obtenido su conocimiento de forma empírica y práctica, por dar prioridad a la producción, por adaptarse progresivamente a las necesidades de su mercado, por encargarse ellos mismos de todas las actividades de la microempresa, entre otras, lo que da como resultado ineficiencia y bajo rendimiento en las labores administrativas.

Este escenario crea una situación de desgaste físico, mental y económico, lo que disminuye las posibilidades y oportunidades de crecimiento dentro de un mercado competitivo, que exige una actitud abierta al cambio con disposición a innovar, actualizarse, aplicar nuevas ideas y tecnologías permanentemente en todo negocio.

De acuerdo con lo descrito, encontramos al microempresario Eduar Molina Hurtado, que recibió apoyo económico (préstamo) por parte de la Fundación FASE y el curso de Fortalecimiento Empresarial de la Fundación Carvajal. Él realiza otra actividad económica, distinta a la de la cerrajería en aluminio, la construcción. A pesar de tener muy claro el funcionamiento de su negocio, él sabe que debe legalizarse para así entrar a concursar en la licitación de futuros contratos, ofreciendo no solo su portafolio de productos, sino también el servicio de instalación que él realiza con el aluminio; de igual manera esto le puede ofrecer la oportunidad que otras empresas proveedoras de su materia prima le vendan a mejores precios y así aumentar sus utilidades.

Finalmente, la señora Magally Cobo Sánchez dedicada a la fabricación, venta y comercialización de muñecos miniatura para maquetas, bolsos en fique y figuras en porcelanacrón, sabe que debe ser más organizada no solo con el local y la exhibición de sus productos, sino también, con las cuentas. Reconoce la importancia de legalizar su empresa, y así lograr entrar a vender en grandes superficies como almacenes la 14 y Caleñita, con altos volúmenes de producción, ya que cuenta con productos de muy buena calidad, empaque e imagen de presentación.

Es por lo anterior que se hace necesario realizar un análisis y diagnóstico a las microempresas, con el propósito de colaborarles en el diseño de planes de mejoramiento que permita generar mejores ingresos y el mejorar su calidad de vida.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Este proyecto responderá satisfactoriamente a la pregunta: ¿La propuesta de trazar planes de mejoramiento para cada una de las microempresas del programa de la Fundación Carvajal, les permitirá alcanzar las metas propuestas?

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Construir un plan de mejoramiento para las microempresas Aluminios el Hogar y Magicarte pertenecientes al programa de fortalecimiento de la Fundación Carvajal.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir aspectos esenciales de la situación actual de las microempresas Aluminios el Hogar y Magicarte.
- Diagnosticar las áreas funcionales de Costos, Contabilidad, Mercadeo, Administración, Producción, Aspectos Legales y Estados Financieros en cada una de las microempresas.
- Proponer un plan de mejoramiento claro y efectivo que asegure a cada una de las microempresas el cumplimiento de las metas propuestas.

3. ANTECEDENTES

La Fundación Carvajal preocupada por el bienestar de la comunidad y la optimización de las empresas de la región, viene trabajando en el programa Generación de Ingresos, el cual ha demostrado que la falta de conocimientos en administración y la consecuente ausencia de la organización empresarial constituyen un obstáculo que limita el progreso de la pequeña empresa. Por esta razón se desarrolló una capacitación enfocada en dos puntos básicos: Educación y Asesoría, brindándole al empresario todas las herramientas necesarias para el éxito de su negocio.

La comunidad del barrio el Retiro, situada en la zona del Distrito de Aguablanca en la ciudad de Santiago de Cali, sobrevive en uno de los sectores socio-económicos más deprimidos en donde se encuentra un sin número de personas que buscan mejorar sus ingresos con diversas actividades que van desde la venta de productos hasta la oferta de servicios. La Fundación Carvajal dice², entre los puntos más relevantes dentro de la problemática que viven los habitantes de este sector que se originó como un asentamiento ilegal, posteriormente intervenido y regularizado por INVICALI, se encuentra la presencia evidente de problemas sociales como el desempleo y fenómenos de exclusión del mercado laboral, lo que empeora la calidad de vida de la comunidad, generando altos índices de inseguridad, presencia de pandillas y grupos delincuenciales.

El programa de la Fundación Carvajal trabaja en convenio con la Universidad Autónoma de Occidente, haciendo un proceso participativo, donde los estudiantes de las carreras administrativas ejercen, como asesores, guías y agentes de cambio que acompañan a los microempresarios en el proceso de formular un plan de acción que garantice su mejoramiento continuo.

² Problemática de la Zona (N1) [en línea]. Cali: Fundación Carvajal, 2011. [Consultado 25 de Noviembre de 2011]. Disponible en Internet: http://www.fundacioncarvajal.org.co/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=130%3Adistritoaguablanca&catid=134%3Alineas-de-accion-y-zonas-de-intervencion&Itemid=145&lang=es

4. JUSTIFICACIÓN

Contribuyendo al cambio de la situación de deterioro, desmotivación y rutina en la que se encuentran las microempresas pertenecientes al programa Generación de Ingresos de la Fundación Carvajal, se realizó un acompañamiento eficiente, que motive una actitud de liderazgo, brindando estrategias y metodologías prácticas dirigidas hacia el progreso y la innovación, capacitando a los microempresarios en gerenciar su empresa de forma efectiva, desarrollando habilidades para planificar, organizar, dirigir y controlar su negocio en las diferentes áreas administrativas y funcionales, tomando decisiones eficaces ante todas las situaciones que puedan surgir en el día a día, haciendo de las microempresas organizaciones estables y dinámicas.

Ejecutar estos programas de apoyo para la población menos favorecida es un esfuerzo en el que trabajan arduamente varios entes públicos y privados, empresariales y de la academia, importantes dentro de la sociedad de la ciudad de Santiago de Cali. El programa Generación de Ingresos, al que aplica este proyecto, se encuentra en cabeza de La Fundación Carvajal, quien se encargó de desarrollarlo y realizar alianzas estratégicas que aseguran el dinamismo y la efectividad, en cada uno de los procesos que se llevan a cabo.

La Universidad Autónoma de Occidente hace parte activa en el avance exitoso de los microempresarios, guiándolos hacia el progreso y la prosperidad gracias al acompañamiento personalizado que brindan a cada uno, asignando un Estudiante-Asesor, agente de cambio, quien comprometido con lograr una retroalimentación, desempeña un trabajo profesional de excelente nivel, aplicando su habilidad y destreza para administrar recursos de manera eficiente y efectiva; adquiriendo valiosa experiencia útil para situaciones organizacionales futuras en el mundo real empresarial.

5. MARCO REFERENCIAL

La Fundación Carvajal en busca de contribuir a mejorar el nivel de vida de los habitantes de las zonas más vulnerables de la ciudad Santiago de Cali, está desarrollando programas efectivos como el de Generación de Ingresos, que tiene como objetivo principal garantizar el crecimiento sostenido de estas comunidades, generando y promoviendo modelos de intervención que contribuyen al desarrollo local de un territorio.

Actualmente el programa tiene presencia en el Distrito de Aguablanca-Barrio el Retiro, Zona de Ladera-Comuna 18 parte alta-Corregimiento de Montebello en Cali y en la zona rural de 18 municipios del Valle del Cauca. Su misión es “gestionar y operar programas que mejoren las capacidades locales, la productividad, la competitividad y la inserción en el mercado de los actuales y potenciales micros y pequeños empresarios urbanos y rurales del Valle del Cauca para el mejoramiento de sus ingresos y empleo”³.

Los microempresarios beneficiados con este proyecto de estudio son: Eduar Molina Hurtado, Jorge Eliecer Rúa, Magally Cobo Sánchez y Carlos Andrés Giraldo Hoyos habitantes de los barrios el Retiro y Vallado ubicado en el Distrito de Aguablanca en la ciudad de Santiago de Cali. Cada uno de ellos propietarios de negocios no formales, excepto el señor Carlos Hoyos, en los que han invertido la mayor parte de su vida y que esperan recibir de él, un sostenimiento perdurable para el bien propio y el de su familia.

5.1 MARCO TEORICO

Hace 30 años el fundador de la Fundación Carvajal, don Jaime Carvajal conociendo la dinámica de la economía identificó el autoempleo como una fuente importante de ingresos para la comunidad. En ese momento las personas que poseían su pequeña unidad productiva, distinguida más adelante como microempresa, conocían el oficio pero desconocían la administración.

A partir de esta institución se da un nivel mayor de importancia al desarrollo de actividades económicas independientes, teniendo en cuenta los sectores más

³ Generación de Ingresos [en línea]. Cali: Fundación Carvajal, 2011. [Consultado 19 de Septiembre de 2011]. Disponible en Internet: http://www.fundacioncarvajal.org.co/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=85&Itemid=134&lang=es

vulnerables de la ciudad Santiago de Cali. La Fundación Carvajal se ha encargado de brindar respaldo a las microempresas del sector de Aguablanca y actualmente a otras microempresas en el sector de ladera de la ciudad.

5.2 MARCO CONCEPTUAL

A continuación ilustraremos la definición y aplicación de los conceptos relevantes, para la adecuada comprensión del presente proyecto:

Actitud de Cambio: “principal objetivo al que está comprometido el estudiante-asesor dentro del programa Generación de Ingresos”⁴, consiste en brindar al microempresario las bases necesarias para gerenciar sus negocios adaptados a las teorías de la Gerencia Moderna, administrando sus recursos eficientemente, identificando cada uno de los procesos, elementos esenciales de su negocio que le garantizan la productividad, la competitividad y el crecimiento sostenible de su microempresa.

Funciones básicas de la Empresa: “constituyen el eje de la empresa, tales como: Operaciones (Producción), Mercadotecnia y Ventas, Finanzas (incluyendo las Finanzas corporativas), Contabilidad, Recursos humanos, Legal (Jurídica), Servicios Post-Venta, Gestión Tecnológica, Investigación y desarrollo, Infraestructura, Planeación, Seguridad, y Gerencia; la efectividad de la administración depende la coordinación balanceada entre las etapas del proceso administrativo y la adecuada realización de las actividades de las principales áreas.”⁵.

Cliente: “es quien accede a un producto o servicio por medio de una transacción financiera (dinero) u otro medio de pago.”⁶.

Competidor: “Se refiere a la empresa que oferta un producto o servicio similar o que tiene el mismo proveedor”⁷.

⁴ **ARCOS.** Op. cit., p. 26.

⁵ Funciones básicas de la empresa [en línea]. Florida: Fundación Wikimedia, 2012. [Consultado 19 de Septiembre de 2011]. Disponible en Internet: http://es.wikipedia.org/wiki/Funciones_b%C3%A1sicas_de_la_empresa

⁶ Cliente [en línea]. Florida: Fundación Wikimedia, 2012. [Consultado 19 de Septiembre de 2011]. Disponible en Internet: <http://es.wikipedia.org/wiki/Cliente>

⁷ Competidor [en línea]. Colombia: Businesscol, 2012. [Consultado 15 de Enero de 2012]. Disponible en Internet: <http://www.businesscol.com/productos/glosarios/administrativo/glossary.php?word=COMPETIDOR>

Competitividad: “capacidad de la microempresa de desarrollar un producto o servicio que ofrezca ventajas permanentes al consumidor, creando así una diferenciación ante su competencia que le garantiza capacidad de acumulación de capital”⁸.

Diagnóstico Empresarial: “evaluación general del negocio, identifica los problemas que este afronta”⁹, y las oportunidades que se pueden aprovechar para maximizar los beneficios y generar un crecimiento en los ingresos de los microempresarios.

Estrategia: “principios y rutas fundamentales que orientarán el proceso administrativo para alcanzar los objetivos a los que se desea llegar. Una estrategia muestra cómo una institución pretende llegar a esos objetivos.”¹⁰.

Mercado: “lugar en el que se encuentran vendedores y compradores para realizar todo tipo de transacción de bienes y servicios a un determinado precio”¹¹.

Meta: “es el resultado específico, esperado en el corto, mediano o largo plazo y que responde al progreso deseado de la empresa”¹².

⁸ La Competitividad [en línea]. Argentina: Monografías.com, 2011. [Consultado 19 de Septiembre de 2011]. Disponible en Internet: <http://www.monografias.com/trabajos/competitividad/competitividad.shtml>

⁹ **ARCOS.** Op. cit., p. 90.

¹⁰ Definición de estrategia [en línea]. Estados Unidos: definicion.org, 2011. [Consultado 19 de Septiembre de 2011]. Disponible en Internet: <http://www.definicion.org/estrategia>

¹¹ Mercado [en línea]. Argentina: Monografías.com, 2011. [Consultado 19 de Septiembre de 2011]. Disponible en Internet: <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>

¹² **GONZÁLEZ.** Op. cit., p. 45

Microempresa: “Se define como Micro Empresa o Pequeña Empresa a aquella empresa que opera una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción o de comercialización de bienes, o de prestación de servicios.”¹³.

Microempresario: “actor social generador de empleo y valor, propietario de una pequeña unidad económica, que juega un papel importante dentro de la economía en general”¹⁴. Individuos emprendedores que poseen la iniciativa para mejorar su situación permanentemente.

Objetivo: “son las guías que le dan direccionalidad a la empresa, describen el futuro deseado”¹⁵.

Plan de Mejoramiento: “es el conjunto de acciones que ha decidido adelantar un sujeto de control fiscal, tendientes a subsanar o corregir hallazgos negativos de orden administrativo que hayan sido identificados en ejercicio de la Auditoria Gubernamental con Enfoque Integral, con el fin de adecuar la gestión fiscal a los principios de economía, eficiencia, eficacia, equidad o a mitigar el impacto ambiental.”¹⁶.

Productividad: “rendimiento de la cantidad de bienes y servicios producidos frente a la cantidad de recursos utilizados”¹⁷.

Proveedores: “persona o entidad que abastece, suministra lo necesario para la producción de un bien o servicio”¹⁸.

¹³ Definición de Microempresa – Pequeña EMPRESA [en línea]. España: blogdiario.com, 2011. [Consultado 19 de Septiembre de 2011]. Disponible en Internet: <http://microempresa.blogdiario.com/1206741300/>

¹⁴ **ARCOS.** Op. cit., p. 4.

¹⁵ **GONZÁLEZ.** Op. cit., p. 46

¹⁶ *Ibíd.*, p. 52

¹⁷ *Ibíd.*, p. 53

¹⁸ *Ibíd.*, p. 53

5.2 MARCO CONTEXTUAL

“La Fundación trabaja desde hace más de 20 años en el Distrito de Aguablanca”¹⁹, como dice Fundación Carvajal²⁰, orientando su intervención a familias en condiciones de vulnerabilidad, consideradas así, pues sus ingresos no son suficientes para cubrir sus necesidades básicas (alimentación, vivienda, salud y educación); esta ayuda es entregada “a través de sus Centros de Servicios, los cuales son ‘polos de desarrollo’ con los que se ofrece a la comunidad una serie de bienes y servicios de primera necesidad”²¹.

“Dentro del Distrito de Aguablanca, uno de los sectores con las condiciones socio-económicas más difíciles en la ciudad de Cali, se encuentran los Barrios el Retiro y Vallado, perteneciente a la comuna 15. La Fundación Carvajal, en alianza con entidades públicas y privadas, decidió realizar allí una intervención integral que tiene por objeto mejorar las condiciones sociales, familiares, y de vida de esta comunidad a través de la generación de ingresos, el desarrollo de competencias laborales, de educación y mejoramiento de vivienda y entorno, siendo éste último a través de la Secretaría de Vivienda Social”²².

¹⁹ Distrito de Aguablanca [en línea]. Cali: Fundación Carvajal, 2011. [Consultado 19 de Septiembre de 2011]. Disponible en Internet: http://www.fundacioncarvajal.org.co/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=116&Itemid=100&lang=es

²⁰ Familias Vulnerables [en línea]. Cali: Fundación Carvajal, 2011. [Consultado 19 de Septiembre de 2011]. Disponible en Internet: http://www.fundacioncarvajal.org.co/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=76&Itemid=100&lang=es

²¹ Centros de Servicios [en línea]. Cali: Fundación Carvajal, 2011. [Consultado 19 de Septiembre de 2011]. Disponible en Internet: http://www.fundacioncarvajal.org.co/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=116&Itemid=100&lang=es

²² Barrió El Retiro [en línea]. Cali: Fundación Carvajal, 2011. [Consultado 19 de Septiembre de 2011]. Disponible en Internet: http://www.fundacioncarvajal.org.co/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=116&Itemid=100&lang=es

6. METODOLOGÍA

6.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Este proyecto se llevó a cabo mediante Investigación Descriptiva, fundamentada en que el estudiante-asesor debe; como dice Noemágico²³, conocer las situaciones de los microempresarios muy de cerca, identificando sus actitudes más predominantes, sus costumbres mediante la descripción exacta de las actividades que estos llevan a cabo y los procesos que realizan en su día a día.

La información fue recopilada en formatos tipo plantilla que género datos de primera mano, para realizar el análisis y entregar los resultados esperados en cada semana del proyecto.

6.2 DISEÑO METODOLÓGICO

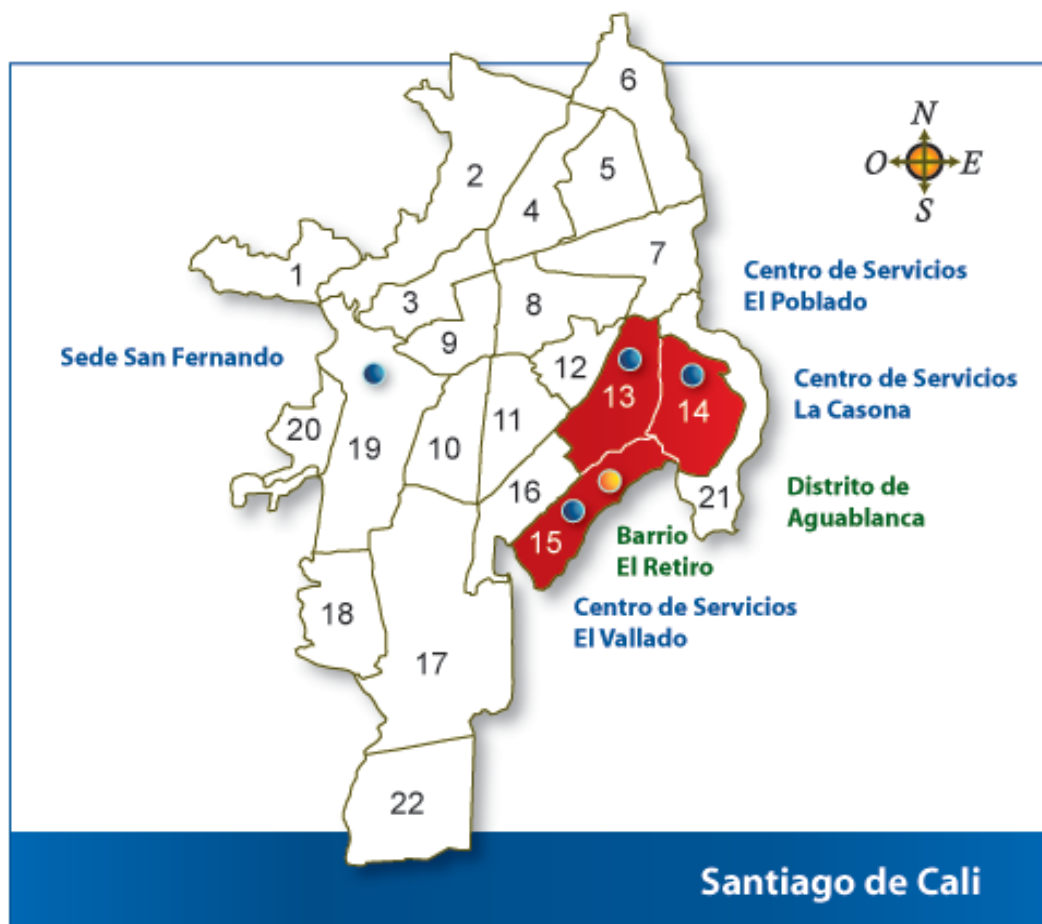
Para ejecutar el presente proyecto y asegurar el cumplimiento de los objetivos propuestos, se realizaron las siguientes actividades:

- Con el fin de realizar un diagnóstico efectivo de la situación actual de cada una de las microempresas objeto de estudio, se llevan a cabo visitas donde se recopile información, que será organizada en plantillas entregadas por la Fundación Carvajal.
- Trabajar de la mano con los microempresarios para realizar el análisis de las áreas funcionales de la microempresa. Por medio de la capacitación y asesoramiento, se brindaran herramientas efectivas para generar en ellos una cultura empresarial enfocada a la innovación, competitividad y productividad.
- Identificar las oportunidades de las microempresas, y en busca de mejorar los problemas y alcanzar las metas propuestas que presenta cada negocio, se formulara un plan de mejoramiento consistente en un conjunto de estrategias aplicables a sus áreas funcionales.

²³ La Investigación Descriptiva [en línea]. México: noemagico.blogia.com, 2011. [Consultado 19 de Septiembre de 2011]. Disponible en Internet: <http://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigacion-descriptiva.php>

7. GENERALIDADES DE LA COMUNIDAD

Figura 1. Mapa de Santiago de Cali (Distribución por Comunas)



Fuente: Mapa de Santiago de Cali (Distribución por Comunas) [en línea]. Cali: Fundación Carvajal, 2011. [Consultado 25 de Enero de 2012]. Disponible en Internet: http://www.fundacioncarvajal.org.co/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=116&Itemid=100&lang=es

Antes que existiera la comuna, ya estaban sus barrios, los que como muchos del sector oriental, se dieron principalmente por procesos de invasión y de urbanizaciones ilegales, con población de escasos recursos económicos, provenientes de otros sitios de la ciudad, desplazados del campo o de la costa pacífica después del terremoto de 1.979.

La Comuna 15 hace parte del Distrito de Aguablanca, conformado por las Comunas 13, 14 y 15. Fue fundado en 1.972

Según cuenta la gente, las primeras familias se asentaron en el sector de El

Triángulo, luego en 1.980 apareció El Retiro y un año después, Comuneros I y IV. Las comunas fueron creadas en 1.988, en el primer gobierno popular del Municipio de Santiago de Cali, presidido por el alcalde doctor Carlos Holmes Trujillo García. En ese entonces, habían los barrios El Triángulo, Pilar Tayrona, El Retiro, Comuneros I y IV (posteriormente llamado Laureano Gómez), El Vallado, Ciudad Córdoba I y II etapa o “casas rosadas”. Después de creada la Comuna 15, surgieron otros barrios como Mojica I, II y II VISAA, el barrio Ciudad Córdoba siguió creciendo con las etapas III, III A, IV y V y El Vallado II.

La primera etapa de Ciudad Córdoba nace en 1.982, al lado del Caño de la C.V.C. y de la Calle 48, donde estaba ubicada la invasión Cinta Larga, al lado de Mariano Ramos, Antonio Nariño y la Unión, en donde el Instituto de Vivienda – Invicali, en el año de 1.978 les hace entrega a los invasores.

La Comuna inicia su conformación con el primer barrio denominado El Retiro, donde se ubicaron asentamientos procedentes de Nariño, la Costa Pacífica y Chocó, cuando hubo el terremoto, constituyéndose como uno de los más antiguos.

Después de Comuneros I, entregado el 30 de noviembre de 1.980, por la Asociación de Adjudicatarios del Valle, viene la IV etapa denominada posteriormente Laureano Gómez, en el año de 1.982. Finalmente nace Mojica, con su primera etapa y luego sus otras dos etapas entre 1.992 y 1.994.

Al inicio se sufrió inhumanamente; las personas más afectadas fueron las del barrio El Retiro, porque los terrenos entregados eran lagunas y cuando llovía era el primero en inundarse, donde les tocó prácticamente hacer el relleno de todo el barrio. Se alumbraban con vela, en el primer año no había alcantarillado, eran solamente letrinas y sanitarios que se colocaron en el canal de la calle 48. Para tener luz era de El Vergel o de Antonio Nariño y el acueducto se surtía de las mismas partes, por medio de mangueritas, donde muchas veces no llegaba ni una sola gota de agua. En Comuneros I, se carecía de los servicios, el agua se traía del barrio San Pedro, había letrinas y aljibes.

En materia de transporte, no eran sino dos las empresas que prestaban el servicio (Azul Crema y Alfonso López) y en muchas ocasiones el transporte quedaba suspendido por el mal estado de las vías cuando llovía. En materia de salud, el Puesto de Salud más cercano era el de Antonio Nariño y el Hospital Carlos Carmona. La inseguridad era demasiada, la inspección más cercana era la de Mariano Ramos y los carabineros de La Unión. Se carecía de toda clase de servicios de la Administración Municipal hacia la comunidad.

8. DESARROLLO PRIMER OBJETIVO ESPECIFICO

8.1 DATOS GENERALES DE LA MICROEMPRESA

Empresaria:	Magally Cobo Sánchez
Identificación:	66.861.355 Cali– Valle
Razón Social:	Magicarte
Actividad Económica:	Producción y comercialización de artículos artesanales
Dirección Comercial:	Calle 48 # 41B-17 Ciudad Córdoba
Teléfono:	3960809
Móvil:	3127607949
Antigüedad:	7 Años

8.2 PERFIL EMPRESARIAL

Figura 2. Empresaria Magally Cobo Sánchez



Magally Cobo Sánchez, mujer de 38 años, separada, vive con su hijo, ama de casa, quien ha encontrado en la fabricación, venta y comercialización de figuras

en porcelanacrón, bolsos en fique y muñecos para maquetas, la posibilidad de tener su propio negocio y generar ingresos para su sustento.

Empresaria, con 7 años de experiencia, su principal objetivo es mantener a sus clientes satisfechos, con productos no solo de alta calidad, sino, con variedad a la hora de escoger.

La microempresa está dedicada a la fabricación, venta y comercialización de todo tipo de muñecos miniatura, al igual que de bolsos en fique. Doña Magally, es la gerente propietaria del negocio, es quien atiende el local, realiza las compras de la materia prima, visita clientes para tomar sus pedidos y entregárselos. Tiene 4 empleadas, 3 de ellas son sus hermanas; estas personas son quienes realizan todo el proceso de fabricación de los productos.

8.3 DIAGNÓSTICO INICIAL

En el mes de Septiembre de dos mil once se dio inicio a la asesoría empresarial para la señora Magally Cobo Sánchez, en su negocio dedicado a la fabricación, venta y comercialización de muñecos miniatura para maquetas, bolsos en fique y figuras en porcelanacrón; en este proceso la situación inicial fue la siguiente:

- La microempresa no está registrada legalmente.
- La microempresaria es Propietaria y Gerente, se encarga de desarrollar casi todas las actividades requeridas para el buen funcionamiento de su negocio, excepto la de fabricación, ya que cuenta con 4 ayudantes que realizan sus actividades en sus respectivos hogares.
- No cuenta con misión, visión, ni un análisis DOFA; que se constituyen en una guía fundamental para la planeación estratégica.
- Falta de medios para identificar su microempresa, le falta mucha implementación de publicidad, ya que solo cuenta con un pendón, llega directamente al cliente.
- No lleva registros del movimiento contable del negocio, desconoce los costos reales de funcionamiento y la rentabilidad de su negocio.
- Nunca ha realizado los estados financieros de la microempresa.

- Sus proveedores están ubicados en el centro de Cali y los otros en Popayán, compra sus insumos según los pedidos que le hagan.
- Su proveedor de masa, le está vendiendo por debajo de la cantidad de venta pactada.
- La microempresaria, desconoce los costos de producción y las utilidades de su negocio. Carece de una lista de precios para la venta de sus productos.
- No realiza el inventario de su materia prima, producto en proceso y terminado.
- En la exhibición que maneja en sus vitrinas, tiene mezclado materias primas con producto terminado, lo que genera confusión al cliente cuando se acerca a observar.
- Tiene un cliente que le debe hace más de 1 año, una cartera bastante difícil de recuperar.
- La microempresa posee una cuenta de correo, pero la empresaria no hace uso de ella para difundir sus productos.

8.4 PLAN DE MEJORAMIENTO INICIAL

Cuadro 1. Plan de mejoramiento inicial

SITUACIÓN INICIAL	PLAN DE MEJORAMIENTO	LOGROS
ÁREA DE COSTOS		
Falta claridad para establecer la cantidad y los costos de los insumos utilizados.	Identificar costos fijos y variables	Se identifican las cantidades y los costos de producción y funcionamiento del negocio.
Carece de conocimiento sobre la cantidad mínima de ventas que debe realizar.	Reconocer el punto de equilibrio de la microempresa y el margen de contribución.	Se encuentra el punto de equilibrio, se explica el concepto y su utilidad.
Variedad de proveedores, en lo que respecta al insumo de la masa.	Identificar un mejor proveedor de masa y lograr que el actual que tiene para fique le disminuya el precio de venta.	Se encontró un nuevo proveedor de masa, y lo que respecta al de fique le disminuyo de \$9.000 a \$8.000 pesos la libra.
ÁREA CONTABLE Y FINANCIERA		
No lleva registro contable	Consignar diariamente en el libro simple de cuentas, todos los movimientos contables realizados.	Se implementa un registro diario de cuentas, se le explica la importancia de hacerlo.
No lleva registro de materias primas, producto en proceso y terminado.	Realizar el inventario correspondiente al negocio para así saber que se tiene y que hace falta.	Se realizó de forma minuciosa el inventario del local.
Inexistencia de estados financieros.	Elaborar e interpretar los estados financieros.	Se realiza el balance general, estado de pérdidas y ganancias. Análisis razones financieras.

ÁREA DE MERCADEO		
Falta de publicidad, tarjetas de presentación, aviso para el negocio y volantes.	Diseño de tarjetas, aviso y volantes para el negocio.	Creación de tarjetas de presentación, aviso para el negocio y volantes.
	Entregar publicidad a los clientes actuales y potenciales.	
Falta mejorar la exhibición de sus productos.	Separar en las vitrinas correspondientes, lo que es materia prima y producto terminado.	Se separó de forma ordenada y en cada vitrina los productos e insumos, para una mejor apreciación.
ÁREA ADMINISTRATIVA Y LEGAL		
Área administrativa	Elaborar Misión y Visión de la microempresa.	Se estableció Misión y Visión.
	Realizar el DOFA.	Se realizó el DOFA.
Área Legal	Indicar las ventajas de la legalización de su microempresa.	Reconoce la importancia y beneficios de la legalización.
ÁREA DE PRODUCCIÓN		
Área de Producción	Crear un plano con vista desde arriba, que permita identificar la distribución del local.	Se realiza el plano de como estaba antes la distribución del local y como quedo.

8.5 ANÁLISIS DE LA MICROEMPRESA

8.5.1 Área administrativa, comercial y legal. En el área administrativa, la Microempresa está constituida por su Gerente y Propietaria Magally Cobo Sánchez, quien toma todas las decisiones de su negocio y se encarga de las funciones requeridas en el cumplimiento exitoso de los procesos que se deben llevar a cabo para alcanzar las metas trazadas; de igual forma cuenta con 4 ayudantes, 3 de ellas son sus hermanas, todas cuatro realizan la labor de producción en sus respectivos hogares.

Esta microempresa de fabricación, venta y comercialización de muñecos miniatura para maquetas, bolsos en fique y figuras en porcelanacrón, realiza la comercialización de sus productos con clientes localizados en los barrios: La Floresta, La Independencia, Ciudad Córdoba y el Vallado, es dirigida por su Gerente y Propietaria quien tiene definido, basada en su experiencia su operación comercial de la siguiente manera:

- Visita a clientes, para saber si necesitan de sus productos.
- Llama a Popayán, si es el caso de necesitar fique o si por el contrario, necesita masa, se dirige al centro de Cali para su compra.
- Envía y hace entrega de la materia prima a sus ayudantes, con las indicaciones de que es lo que tienen que hacer y en qué cantidad.
- Se manda a traer el producto terminado, con el fin de revisarlos y empacarlos.
- Se le hace entrega al cliente de su producto terminado y empacado.

En el área legal, La microempresa no se encuentra registrada en la Cámara de Comercio, ni paga impuesto de Industria y Comercio en el municipio; pero si cuenta con el Registro Único Tributario (RUT) expedido por la DIAN N° 66.861.355-3

Con el fin de mejorar el área administrativa se crearon para la microempresa, las definiciones claves, que trazan el camino para alcanzar las metas propuestas:

Misión

Magicarte es una empresa dedicada a la creación, venta, distribución y promoción de Artes Manuales e insumos para la fabricación de artesanías, y la enseñanza de una variedad de técnicas que permiten la constante innovación y posible emprendimiento de nuevas ideas de negocio.

Visión

Magicarte para el 2013 desea ser la primera empresa en creación, venta, distribución y promoción de Artes Manuales en Cali, ofreciendo productos de primera calidad y promoviendo el aprendizaje a través de nuestra academia y cursos directos a empresas y otras entidades.

Figura 3. Organigrama

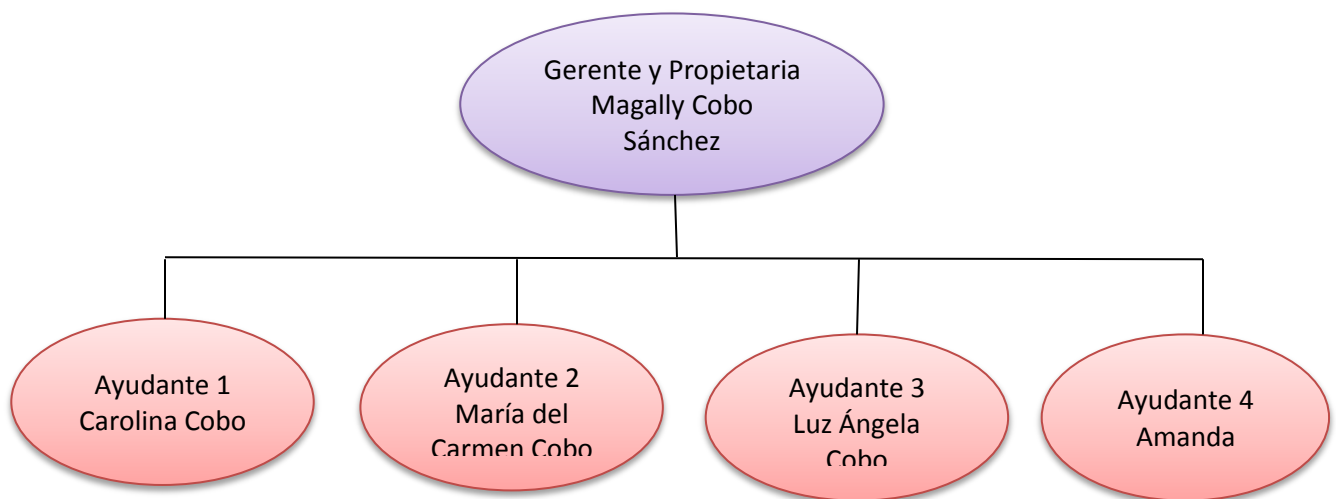


Figura 4. Proceso de prestación del servicio

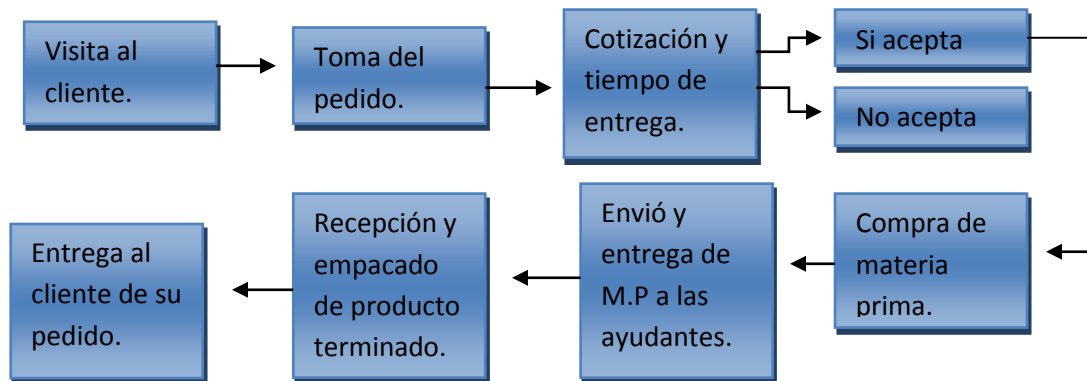


Figura 5. Canal de servicio



Cuadro 2. Análisis DOFA

ANÁLISIS INTERNO				
Fortalezas		Debilidades		
Diseños exclusivos		Mala ubicación del local		
Buena maquinaria y equipo		No se hace publicidad		
Buen producto		No esta legalizado		
Buen conocimiento técnico		Mala distribución del local		
Buenos clientes		Altos costos fijos o gastos de administración		
Uso de materiales de buena calidad		No se hace mercadeo		
Fabricación de la materia prima				
Ayuda de la familia				
Buen aseo del local				
ANÁLISIS EXTERNO				
Oportunidades		Amenazas		
Poca competencia		Inseguridad en la zona		
Diversidad de productos al alcance del cliente y en		La copia de los diseños.		
La afluencia de la gente por la zona.		Adecuación de las vías para el MIO.		

8.5.2 Área de mercadeo. En esta área se realizó un análisis desde los clientes, la mezcla de mercadeo con que cuenta la microempresa, logrando así la creación de tarjetas de presentación, aviso publicitario y volantes, que le permiten a la microempresaria, darse a conocer entre sus clientes potenciales, y ser recordada en los actuales, como una solución efectiva en el servicio de fabricación, venta y comercialización de todo tipo de muñecos para maqueta, bolsos en fique y figuras en porcelanacrón.

Mercado

- **Perfil de Clientes:** Dentro de lo normal encontramos amas de casa que tienen sus negocios en superficies como Super Inter o Mercatodo, al igual que mujeres jóvenes que les gustan los bolsos en fique.
- **Clientes Potenciales:** Logrando la legalización de la empresa se podría incursionar en grandes superficies como almacenes la 14; por el otro lado están las amas de casa y vecinas interesadas en adquirir productos en porcelanacrón o cerámica, para luego ser pintadas y exhibidas en sus hogares.

- **Competidores:** Doña Yarley, es competencia para la empresa de doña Magally, pero no tan directa a pesar de estar ubicada en el Vallado, ya que solo ofrece el producto de los bolsos en fique.
- **Proveedores:** Para la compra de materia prima como el fique, la empresaria llama a su hermana María del Carmen Cobo que vive en Popayán, ella es la proveedora de este insumo; mientras que la masa con que fabrica las figuras miniatura, la obtenía en el Centro Comercial la Colmena en un local llamado Prodisny, ubicado en el centro de Cali ; ahora tiene un nuevo proveedor para este insumo llamado Productos Builer, también en el centro de la ciudad.

Cuadro 3. Lista de clientes

NOMBRE DEL CLIENTE	NOMBRE DE LA EMPRESA	TIPO DE EMPRESA	DIRECCION	TELEFONO	CELULAR	REGULARIDAD DE COMPRA
Diego Rivas	Distri Maquetas	Industrial		4014613	3162781554	Cada 20 días
Doña Martha	La bodega del peluche	Comercializa	Calle 14 entre carrera 3 y 4	8841154	3105148214	Cada 15 días
Papelería Súper inter	Papelería súper inter	Comercializa	La independencia			Cada mes
Marta	Mercatodo	Comercializa	La floresta			Cada mes
Don Pablo Moncada	Papelería galerías	Comercializa	Ciudad córdoba	3282151	3186270117	Cada 20 días
Don Obidio	Auto servicio la 50	Comercializa	La 50 del Vallado			Cada mes

Cuadro 4. Marketing MIX

Marketing MIX	Características	Recomendaciones	Estratégicas
Producto	Excelente calidad.	Ampliar la oferta.	Diseñar o diversificar el producto.
Precio	Bueno.	Crear políticas para establecer precios, basada en la competencia.	Estar pendiente de la competencia y crear una lista de precios de los productos visibles al público.
Plaza	Venta directa al cliente.	Programar compras de insumos.	Lograr mejores precios de materia prima y disminuir el costo de transporte.
Promoción	No tiene tarjetas de presentación, volantes o pendón.	Diseñar tarjeta, volantes y pendones de presentación.	Hacer publicidad, realizar entrega de volantes y tarjetas de presentación.

Imagen Corporativa

Se crea para la empresa una propuesta de nombre comercial, tarjeta de presentación, volante y aviso, con el fin de identificarse ante el mercado objetivo, generar recordación y posicionamiento. Cabe resaltar que es solo una propuesta, y que la verdadera imagen corporativa de la microempresa se encuentra a cargo de publicistas asignados por la Fundación Carvajal.

También se crearon los planos correspondientes a la exhibición de las vitrinas dentro del local, donde se muestra el antes y después.

Nombre Microempresa: MÁGICO ARTE

Figura 6. Tarjeta de presentación



Figura 7. Volante



Figura 8. Aviso



Figura 9. Plano exhibición antes

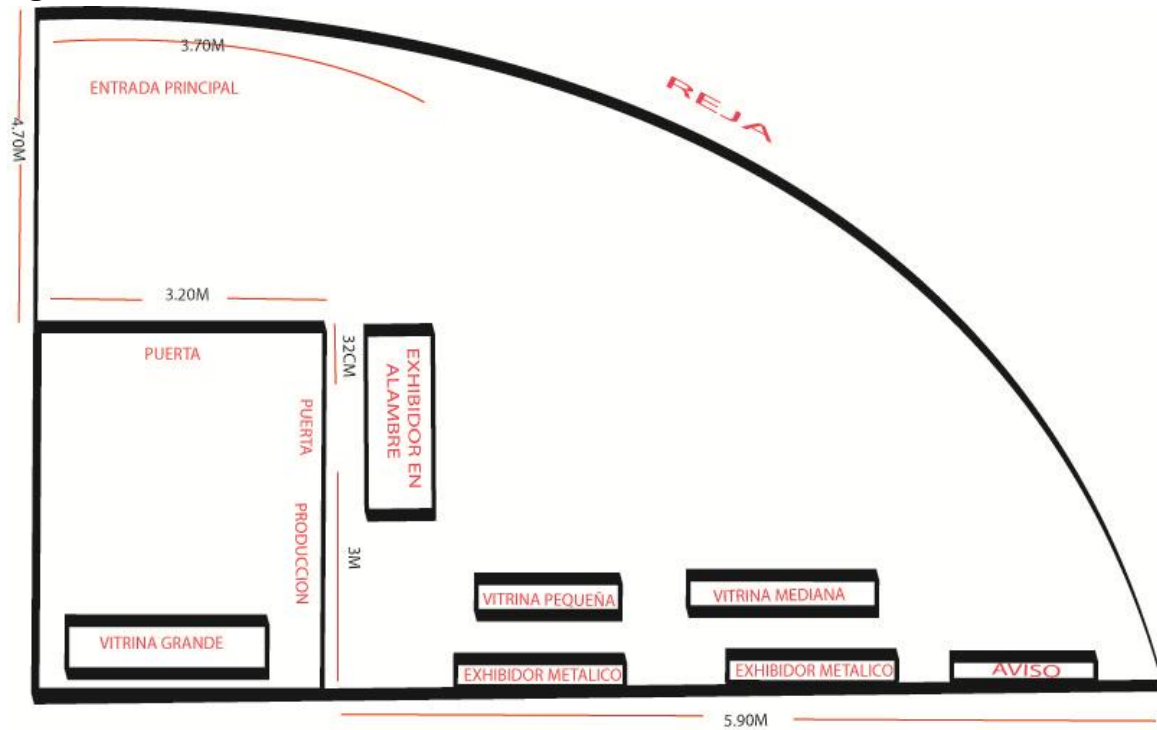


Figura 10. Exhibición antes

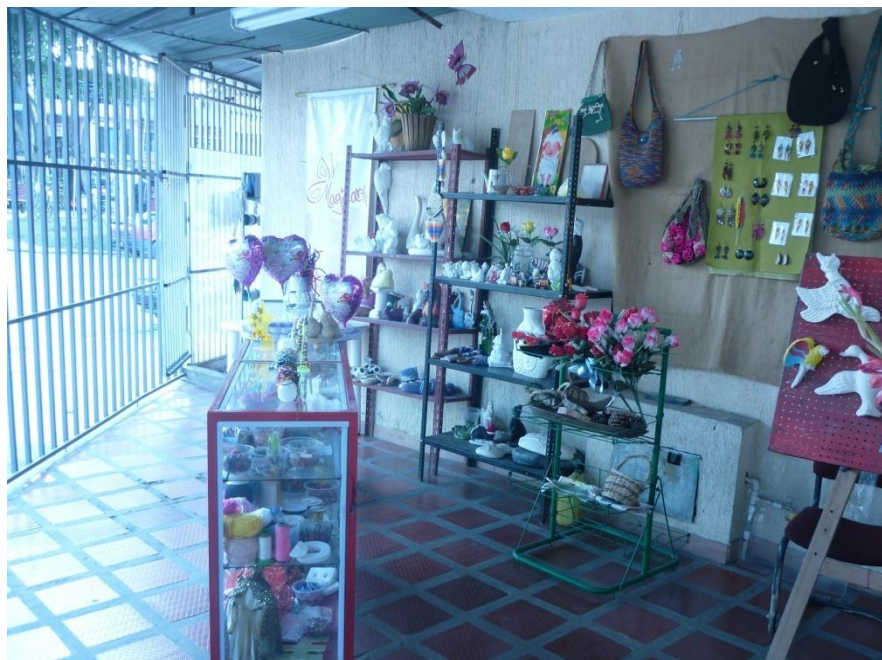


Figura 11. Plano exhibición después

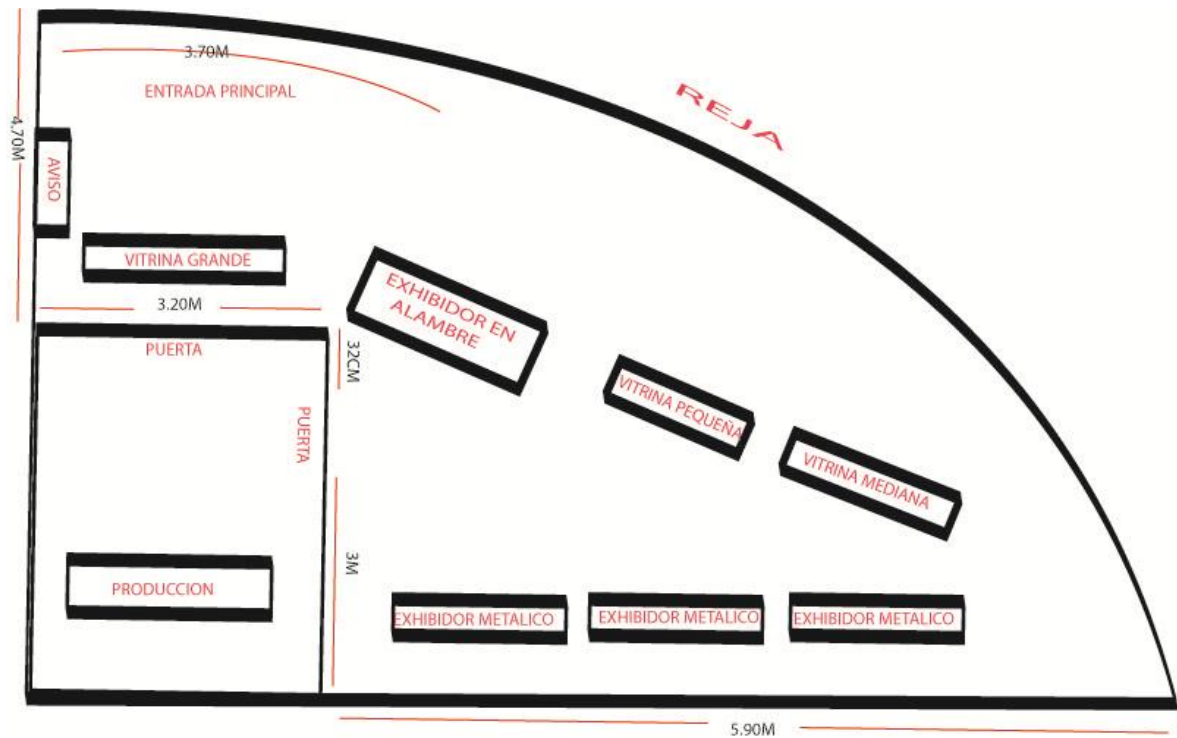


Figura 12. Exhibición después



8.5.3 Área contable y financiera. En esta área de la microempresa se recomienda mantener actualizados los registros contables diariamente, tener en cuenta las compras de insumos cantidades y precios, los tiempos utilizados en la terminación de cada producto, y los pagos recibidos.

La información permite realizar los estados financieros, balance final, estado de resultado, cuadros de costos e inventarios, y hallar los indicadores para el análisis financiero y contable, que nos dan como resultado la calificación de la gestión de la microempresa.

Con el apoyo de las plantillas en formato Excel, facilitadas por la Fundación Carvajal, se organizó la información recopilada y se obtuvieron los siguientes resultados:

Cuadro 5. Inventario inicial de activos fijos

INVENTARIO MAQUINARIA Y EQUIPO			
NOMBRE DEL ACTIVO	CANTIDAD	VALOR COMERCIAL	VALOR TOTAL
		DE LA UNIDAD (B)	(AXB)
Gramera	1	\$ 150.000	\$ 150.000
Alisadora	1	\$ 140.000	\$ 140.000
Caladora	1	\$ 600.000	\$ 600.000
Máquina registradora	1	\$ 350.000	\$ 350.000
Aerógrafo grande	1	\$ 250.000	\$ 250.000
Aerógrafo pequeño	1	\$ 180.000	\$ 180.000
Compresor de aire grande	1	\$ 250.000	\$ 250.000
Compresor de aire pequeño	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Lijadora	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Pulidora	1	\$ 180.000	\$ 180.000
Soldador de punto	1	\$ 700.000	\$ 700.000
Pirógrafo	1	\$ 140.000	\$ 140.000
Herramienta manual	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Total			\$ 4.340.000

INVENTARIO MUEBLES Y ENSERES			
NOMBRE DEL ACTIVO	CANTIDAD	VALOR COMERCIAL	VALOR TOTAL
		DE LA UNIDAD (B)	(AXB)
Vitrina metálica vidrio 3 entrepaños	1	\$ 180.000	\$ 180.000
Estantería metálica 4 entrepaños	1	\$ 150.000	\$ 150.000
Estantería metálica 3 entrepaños	1	\$ 150.000	\$ 150.000
Exhibidor en alambre	1	\$ 130.000	\$ 130.000
Asientos plásticos posa brazos	2	\$ 25.000	\$ 50.000
Asientos metálicos	1	\$ 150.000	\$ 150.000
Archivador metálico	1	\$ 250.000	\$ 250.000
Mesa metálica	1	\$ 180.000	\$ 180.000
Cubículo	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Escritorio	1	\$ 80.000	\$ 80.000
Estantería metálica 6 entrepaños	1	\$ 150.000	\$ 150.000
Escritorio metálico	1	\$ 150.000	\$ 150.000
Moldes en acero	1	\$ 800.000	\$ 800.000
Moldes en resina	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Total			\$ 4.300.000

La microempresa, hasta el momento en su local cuenta con un inventario de activos fijos evaluado en \$ 8.640.000

Cuadro 6. Lista de materiales que se utilizan en los productos

Material	Presentación del material en volumen	Valor de compra según presentación	Cantidad a fraccionar	Unidad de costo del material	Valor de compra del material
Fique	libra	\$ 9.000	1	libra	\$ 9.000,00
Argollas	unidad	\$ 125	1	unidad	\$ 125,00
Maderitas	unidad	\$ 2	1	unidad	\$ 1,70
Correa Cuero	unidad	\$ 5.000	1	unidad	\$ 5.000,00
Hilos	Gramos	\$ 33	1	Gramos	\$ 33,00
Bolsa de empaque bolso	unidad	\$ 100	1	unidad	\$ 100,00
Masa	500 Gramos	\$ 2.436	500	Gramos	\$ 4,87
Bolsa de empaque muñequitos	100 unidades	\$ 700	100	unidades	\$ 7,00
Crema desmoldante	60 Gramos	\$ 1.200	60	Gramos	\$ 20,00
Grapas	5000 unidades	\$ 1.500	5000	unidades	\$ 0,30
Etiqueta	2000 unidades	\$ 70.000	2000	unidades	\$ 35,00
Anilina	15 Gramos	\$ 1.011	15	Gramos	\$ 67,40

Cuadro 7. Margen de contribución industria

PRODUCTO	UNIDADES VENDIDAS MES A	PRECIO DE VENTA DEL PRODUCTO B	COSTO VARIABLE DEL PRODUCTO C	MARGEN DE CONTRIBUCION DE LA UNIDAD B-C=D	MARGEN DE CONTRIBUCION EN PORCENTAJE D/B X 100	VENTA DEL MES DE CADA PRODUCTO AXB	MARGEN DE CONTRIBUCION MES POR PRODUCTO AXD
Bolso en Fique	20	50.000	25.721	\$ 24.279	49%	\$ 1.000.000	\$ 485.580
Figuras niños y niñas	3.000	300	191	\$ 109	36%	\$ 900.000	\$ 326.594
Figuras Animales	2.500	300	191	\$ 109	36%	\$ 750.000	\$ 272.162
Figuras Arboles	2.000	700	191	\$ 509	73%	\$ 1.400.000	\$ 1.017.729
Figuras Flores	2.000	150	95	\$ 55	37%	\$ 300.000	\$ 109.729
Figuras Maquetas	2.000	500	191	\$ 309	62%	\$ 1.000.000	\$ 617.729
Totales del mes						\$ 5.350.000	\$ 2.829.523
Margen de contribución		52,90%					
Costos variables		47,10%					

MAGICARTE, tiene un margen de contribución en industria de 52.9%, lo cual nos muestra que sus productos contribuyen en este porcentaje, al cubrimiento de los costos fijos de la microempresa, generando así una utilidad.

Cuadro 8. Margen de contribución comercio

PRODUCTO	PRECIO DE COMPRA	PRECIO DE VENTA	MARGEN DE CONTRIBUCION EN \$	MARGEN DE CONTRIBUCION EN %
Bolso gama alta	\$ 210.000	\$ 380.000	\$ 170.000	45%
Bolso gama media	\$ 190.000	\$ 230.000	\$ 40.000	17%
Bolso gama baja	\$ 170.000	\$ 220.000	\$ 50.000	23%
Riñoneras gama alta	\$ 140.000	\$ 190.000	\$ 50.000	26%
Riñoneras gama media	\$ 120.000	\$ 150.000	\$ 30.000	20%
Reloj gama alta	\$ 110.000	\$ 180.000	\$ 70.000	39%
Reloj gama media	\$ 80.000	\$ 130.000	\$ 50.000	38%
Sandalias gama alta	\$ 90.000	\$ 120.000	\$ 30.000	25%
Sandalias gama media	\$ 60.000	\$ 110.000	\$ 50.000	45%
Correas para dama gama alta	\$ 80.000	\$ 120.000	\$ 40.000	33%
Correas para dama gama media	\$ 70.000	\$ 110.000	\$ 40.000	36%
Chismosos x 3	\$ 5.000	\$ 20.000	\$ 15.000	75%
Cisnes x 3	\$ 7.000	\$ 25.000	\$ 18.000	72%

Vacas x 3	\$ 4.500	\$ 13.000	\$ 8.500	65%
Caballo grande	\$ 12.000	\$ 35.000	\$ 23.000	66%
Caballo mediano	\$ 5.000	\$ 20.000	\$ 15.000	75%
Gallos grandes	\$ 5.000	\$ 15.000	\$ 10.000	67%
Gallos pequeños	\$ 1.500	\$ 4.000	\$ 2.500	63%
Gatos x 3	\$ 8.000	\$ 25.000	\$ 17.000	68%
Frutero grande	\$ 7.000	\$ 30.000	\$ 23.000	77%
Gaviotas x 3	\$ 4.000	\$ 20.000	\$ 16.000	80%
TOTALES	\$ 1.379.000	\$ 2.147.000	\$ 768.000	
Margen de contribución		35,80%		
Costos variables		64,20%		

MAGICARTE, tiene un margen de contribución en comercio de 35.8%, lo cual nos muestra que sus productos contribuyen en este porcentaje, al cubrimiento de los costos fijos de la microempresa.

Cuadro 9. Costos fijos

DEPRECIACION MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 36.167	2,7%
ARRENDAMIENTO	\$ 75.000	5,6%
SERVICIOS PUBLICOS	\$ 75.000	5,6%
TRANSPORTE DE PRODUCCION	\$ 70.000	5,2%
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 256.167	19,1%

Cuadro 10. Gastos administrativos

SUELDO EMPRESARIO	\$ 650.000	48,4%
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	\$ 35.833	2,7%
CELULAR	\$ 40.000	3,0%
GASTOS FINANCIEROS	\$ 320.000	23,8%
CAFETERIA	\$ 40.000	3,0%
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 1.085.833	80,9%

TOTAL COSTOS FIJOS MAS GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 1.342.000
--	---------------------

Cuadro 11. Otros ingresos

Ventas de Kit para niños	\$ 131.200	
Costo de las clases	\$ 64.000	
TOTAL OTROS INGRESOS	\$ 195.200	15%

TOTAL COSTOS FIJOS MAS GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 1.146.800
--	---------------------

Cuadro 12. Sueldo empresario

CONCEPTO	VALOR
ALIMENTACION	\$ 300.000
TRANSPORTE FAMILIA	\$ 160.000
RECREACION	\$ 50.000
VESTUARIO	\$ 40.000
DONACION FAMILIARES	\$ 100.000
TOTAL SUELDO	\$ 650.000

Los costos fijos más gastos de administración de MAGICARTE suman \$1.342.000, de los cuales \$ 650.000, son el sueldo de la empresaria, constituyendo casi el 48.4% de estos. La cantidad restante está reflejada en: depreciaciones de maquinaria y equipo, al igual que de muebles y enseres; otro valor importante son los gastos financieros por un valor mensual de \$ 320.000 y un porcentaje del 23.8%. La empresaria tiene otros ingresos mensuales por concepto de la venta de unos kits para dictar clases y el cobro de la misma por un valor total de \$195.200

Cuadro 13. Margen de contribución ponderado y punto de equilibrio

	Participación Ventas	Margen de Contribución	Margen Ponderado
Margen de industria ponderado	71,36%	52,89%	37,74%
Margen de comercio 1 ponderado	28,64%	35,77%	10,24%
	Margen de la empresa		47,99%
PUNTO DE EQUILIBRIO MES			\$ 2.389.855
PUNTO EQUILIBRIO DIARIO			\$ 79.662

La Microempresa debe vender productos por un valor mínimo de dos millones trescientos ochenta y nueve mil ochocientos cincuenta y cinco pesos mensuales (\$2.389.855), para alcanzar su punto de equilibrio, es decir, en este nivel quedan cubiertos los costos y gastos, y la microempresa no genera pérdidas ni ganancias.

Cuadro 14. Estudio de costos vs. estado de ganancias o perdidas

	%	ESTUDIO COSTOS
VENTAS PROMEDIO MES	100%	\$ 2.500.000
COSTOS VARIABLES (-)	52%	\$ 1.300.346
MARGEN DE CONTRIBUCION (=)	48%	\$ 1.199.654
COSTOS FIJOS Y GASTOS (-)	46%	\$ 1.146.800
UTILIDAD	2%	\$ 52.854

	PROMEDIO DE VENTAS AÑO		
	VENTA ALTA	VENTA MEDIA	VENTA BAJA
ENERO		1	
FEBRERO		1	
MARZO		1	
ABRIL		1	
MAYO		1	
JUNIO		1	
JULIO		1	
AGOSTO		1	
SEPTIEMBRE		1	
OCTUBRE		1	
NOVIEMBRE		1	
DICIEMBRE		1	
TOTAL	0	12	0
VALOR VENTA		\$ 2.500.000	

En promedio de ventas mensuales total de productos para la microempresa MAGICARTE, son de dos millones quinientos mil pesos (\$2.500.000). Valor que varía según la temporada que este transcurriendo; los costos variables alcanzan el 52%, generando un margen de contribución de 48%, los costos fijos y administrativos son el 46%; liquidando una utilidad baja de 2%.

Cuadro 15. Balance general comparativo

ACTIVOS	BALANCE INICIAL	BALANCE FINAL	CAMBIOS
CAJA	\$ 36.000	\$ 70.000	94,4%
BANCOS	\$ 500.000	\$ 400.000	-20,0%
CUENTAS POR COBRAR CLIENTES	\$ 1.200.000	\$ 1.310.000	9,2%
INVENTARIOS	\$ 4.465.000	\$ 3.993.791	-10,6%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 6.201.000	\$ 5.773.791	-6,9%
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 4.340.000	\$ 4.340.000	0,0%
MUEBLES Y ENSERES	\$ 4.300.000	\$ 4.300.000	0,0%
DEPRECIACIONES	\$ 72.000	\$ 72.000	0,0%
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 8.568.000	\$ 8.568.000	0,0%
TOTAL ACTIVOS	\$ 14.769.000	\$ 14.341.791	-2,9%
PASIVOS	BALANCE INICIAL	BALANCE FINAL	CAMBIOS
OBLIGACIONES BANCARIAS	\$ 270.000	\$ 270.000	0,0%
PROVEEDORES	\$ 360.000	\$ 210.000	-41,7%
OTRAS OBLIGACIONES	\$ 50.000	\$ 50.000	0,0%
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 680.000	\$ 530.000	-22,1%
TOTAL PASIVOS	\$ 680.000	\$ 530.000	-22,1%
CAPITAL	\$ 40.000	\$ 40.000	0,0%
UTILIDAD ACUMULADA	\$ 14.049.000	\$ 14.049.000	0,0%
UTILIDAD DEL PERIODO	\$ 0	-\$ 277.209	
TOTAL PATRIMONIO	\$ 14.089.000	\$ 13.811.791	-2,0%
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	\$ 14.769.000	\$ 14.341.791	-2,9%

La microempresa tuvo los siguientes cambios:

Activo-Caja: Aumento \$34.000 con un porcentaje del 94.4%

Activo-Cuentas por cobrar: Aumentaron en \$110.000 con respecto al mes pasado.

Activos-Inventarios: Disminuyeron \$471.209, por concepto de la venta de mercancía que tiene el negocio.

El total de Pasivos: Disminuye en \$150.000 con un porcentaje del -22.1%, por concepto del pago de las deudas que tiene con su proveedor de fique.

Cuadro 16. Estado de ganancias o pérdidas

VENTAS CONTADO	\$ 5.660.000
INVENTARIOS INICIALES	\$ 4.465.000
COMPRAS DECONTADO	\$ 600.000
INVENTARIOS FINALES	\$ 3.995.349
COSTO DE VENTA	\$ 1.069.651
GASTOS GENERALES	\$ 1.146.800
UTILIDAD DEL PERIODO	\$ 3.443.549

Cuadro 17. Razones financieras

LIQUIDEZ CORRIENTE	\$ 10,89	Por cada peso que se debe a corto plazo, la empresa tiene \$10,89 para pagar.
PRUEBA DE FUEGO	\$ 4,97	Por cada peso que se debe a corto plazo, reúne de forma casi que inmediata \$4,97
RAZON DE ENDEUDAMIENTO	3,7%	El grado de endeudamiento que tiene el negocio es de 3,7%.
RAZON DE AUTONOMIA	96,3%	Es el grado de propiedad que corresponde al dueño del negocio es 96,3%
RENTABILIDAD SOBRE VENTAS	60,8%	Es la comparación de la utilidad del mes con respecto a las ventas que se realizaron. Me muestra lo que queda después de haber descontado todo lo que asume en el proceso de comercializar el producto expresado en porcentaje.
RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS	24,1%	Es la comparación de la utilidad del mes con respecto a la inversión en activos que posee el negocio. Me muestra que tanto rendimiento tienen los recursos que posee la empresa. Entre más alta mejor.
RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO	25,1%	Es la comparación de la utilidad del mes con respecto a la inversión que se tiene por parte del empresario. Me muestra que tan rentable es tener invertido el dinero del empresario en el negocio. Entre más alto mejor.
ROTACION DE MATERIAS PRIMAS	13	El tiempo que se tarda en rotar la mercancía es de 13 días
ROTACION DE PRODUCTO TERMINADO	70	El tiempo que se tarda en rotar el producto terminado es 70 días
ROTACION DE MERCANCIAS	17	El tiempo que se tarda en rotar la mercancía es de 17 días

8.6 PLAN DE MEJORAMIENTO A SEGUIR

Magicarte

Magally Cobo Sánchez

Área de costos: Es muy importante que la empresaria Magally Cobo Sánchez tenga en cuenta la manera correcta de llevar sus registros en el libro contable. A la empresaria le cuesta dificultad anotar las ventas diarias y así mismo llevarlas o reflejarlas en libro diario; es importante que realice un conteo físico de su inventario cada 30 días.

Área de mercadeo: Es muy importante que le empresaria tenga en cuenta la exhibición de sus productos, entre más se esmere por separar la materia prima de sus productos terminados, le será mucho más fácil al cliente observar que es lo que se tiene a la venta. Se dieron las respectivas recomendaciones a la empresaria para que siga mejorando la ubicación de sus vitrinas y el aspecto del local, de tal modo que sea más agradable al público, por medio de unos planos de distribución del local.

También se le recomendó pedir al dueño del local que le corrija el problema que tiene con el techo los días que llueve, pues hay ciertas filtraciones que pueden dañar los productos. Una vez la Fundación Carvajal le haya entregado todo la implementación de la publicidad a doña Magally, ella misma deberá colocarse a repartir volantes y toda la publicidad para atraer más clientes a su negocio.

Área administrativa: Se diseñó una Misión y una Visión la cual direcciona a la empresaria y a su microempresa; con la recomendación de imprimirla y exhibirla en su negocio, con el objetivo de trabajar en pro en que eso se cumpla.

- Por la naturaleza de este tipo de negocio, donde la publicidad es mínima en el local o se da por recomendaciones de un cliente a otro (boca a boca), tiene una gran importancia, se recomienda dar utilización a la imagen corporativa, distribuyendo tarjetas de presentación, resaltando sus servicios de excelente calidad, garantizados por la experiencia y su conocimiento.
- Programar visitas a sus clientes cuando estos lo requieran, teniendo en cuenta los costos y ventajas que esto conlleva, con el objetivo de hacer una visita efectiva para tomar el pedido y disminuir el gasto de transporte.

- Establecer políticas de precios, para lograr un lineamiento en este tema, y conocer los márgenes reales de utilidad.
- Reducir la alta cartera morosa que tiene el negocio, donde el cliente hace su pedido y cuando se le es entregado, no cancela en su totalidad y queda debiendo plata, se sugiere no hacer entrega total del pedido o por lo menos que el plazo para pagar el excedente, no pase de 15 días.
- Verificar las cantidades compradas de materia prima, en especial con la masa utilizada en la fabricación de figuras miniatura, ya que esto le puede representar un gasto más en el pedido realizado.
- En el área financiera y contable, se recomienda mantener el registro de los movimientos contables en el libro contable diario, donde quede constancia de las compras de insumos realizadas, fecha, precios de compra y de venta, lo que permitirá verificar la viabilidad y rentabilidad del negocio.

9. DESARROLLO SEGUNDO OBJETIVO ESPECIFICO

9.1 DATOS GENERALES DE LA MICROEMPRESA

Empresario:	Eduar Molina Hurtado
Identificación:	16.887.132 Florida-Valle
Razón Social:	Aluminios el hogar
Actividad Económica:	Carpintería en aluminio
Dirección Comercial:	Calle 123D # 26 I3 16 Remanso de Comfandi
Teléfono:	4022979
Móvil:	3168904181
Antigüedad:	3 Años

9.2 PERFIL EMPRESARIAL

Figura 13. Eduar Molina Hurtado



Eduar Molina Hurtado, tiene 40 años de edad, vive con su cónyuge e hijo. Tiene otros 3 hijos de su primer matrimonio.

Desde hace 12 años vive en Remansos de Comfandi. Hasta hace un año y medio trabajo como empleado para la empresa de Industrias Lehner, pero los horarios eran muy apretados y no le quedaba tiempo para compartir con sus cuatro hijos. Tomó la decisión de renunciar y con el dinero de la liquidación, su experiencia en el área y un préstamo que adquirió con la fundación FASE, compro la maquinaria para su propio negocio. Así surgió la idea de montar un taller de carpintería en aluminio donde tuviese la oportunidad de trabajar independiente.

Su meta es poder contratar un empleado en el taller, para poder abrir una sucursal y así, obtener mayores ingresos y disfrutar de éstos, con la familia.

9.3 DIAGNÓSTICO INICIAL

En el mes de Agosto de dos mil once se dio inicio a la asesoría empresarial para el señor Eduar Molina Hurtado, en su negocio dedicado a la carpintería en aluminio; en este proceso la situación inicial fue la siguiente:

- La microempresa no está registrada legalmente.
- Don Eduar Molina es propietario y gerente, se encarga de desarrollar todas las actividades requeridas para el buen funcionamiento de su negocio, aunque cuenta con la ayuda de dos hermanos quienes le colaboran cuando tiene grandes pedidos.
- No cuenta con misión, visión, ni un análisis DOFA; que se constituyen en una guía fundamental para la planeación estratégica.
- Falta de medios para identificar su microempresa, le falta implementar publicidad, ya que no cuenta con ningún tipo material POP, que pueda ayudarlo a llegar directamente al cliente.
- No lleva registros del movimiento contable del negocio, desconoce los costos reales de funcionamiento y la rentabilidad de su negocio.
- Nunca ha realizado los estados financieros de la microempresa.
- Su único proveedor Dispal se encuentra ubicado en el centro de Cali, compra sus insumos según los pedidos que le hagan.

- Su proveedor le vende al por mayor y detal, es decir, que si le hace falta algún insumo y no es por volumen el pedido que se hace, le manejan precio al por mayor.
- El microempresario, desconoce los costos de producción y las utilidades de su negocio. Carece de una lista de precios para la venta de sus productos.
- No realiza el inventario de su materia prima, producto en proceso y terminado.
- Maneja un catálogo de los trabajos que él ha realizado, el cual debe actualizar.
- Tiene un único cliente constante, la Fundación Carvajal, los demás son clientes casuales.
- Cuando no está dedicado a la carpintería en aluminio, el empresario trabaja en la construcción, y así lograr cubrir sus gastos.
- No posee una cuenta electrónica, con la que pueda ofertar sus productos.

9.4 PLAN DE MEJORAMIENTO INICIAL

Cuadro 18. Plan de mejoramiento inicial

SITUACIÓN INICIAL	PLAN DE MEJORAMIENTO	LOGROS
ÁREA DE COSTOS		
Falta claridad para establecer la cantidad y los costos de los insumos utilizados.	Identificar costos fijos y variables	Se identifican las cantidades y los costos de producción y funcionamiento del negocio.
Carece de conocimiento sobre la cantidad mínima de ventas que debe realizar.	Reconocer el punto de equilibrio de la microempresa y el margen de contribución.	Se encuentra el punto de equilibrio, se explica el concepto y su utilidad.
ÁREA CONTABLE Y FINANCIERA		
No lleva registro contable	Consignar diariamente en el libro simple de cuentas, todos los movimientos contables realizados.	Se implementa un registro diario de cuentas, se le explica la importancia de hacerlo.
No lleva registro de materias primas, producto en proceso y terminado.	Realizar el inventario correspondiente al negocio para así saber que se tiene y que hace falta.	Se realizó de forma minuciosa el inventario del negocio.
Inexistencia de estados financieros.	Elaborar e interpretar los estados financieros.	Se realiza el balance general, estado de pérdidas y ganancias. Análisis razones financieras.

ÁREA DE MERCADEO		
Falta de publicidad, tarjetas de presentación, aviso para el negocio y volantes.	Diseño de tarjetas, aviso y volantes para el negocio.	Creación de tarjetas de presentación, aviso para el negocio y volantes.
	Entregar publicidad a los clientes actuales y potenciales.	
Falta mejorar el catálogo de sus productos.	Separar en las vitrinas correspondientes, lo que es materia prima y producto terminado.	Se identificaron las últimas obras donde realizó su trabajo, para posteriormente tomar fotos y anexarlas al catálogo.
ÁREA ADMINISTRATIVA Y LEGAL		
Área administrativa	Elaborar Misión y Visión de la microempresa.	Se estableció Misión y Visión.
	Realizar el DOFA.	Se realizó el DOFA.
Área Legal	Indicar las ventajas de la legalización de su microempresa.	Reconoce la importancia y beneficios de la legalización.
Microempresa carece de todo registro en los entes legales.	El empresario acude a una macro rueda de legalización, donde se le explica los aspectos importantes a tener en cuenta para su legalización.	Se establece como meta para inicios del próximo año.
ÁREA DE PRODUCCIÓN		
Área de Producción	Crear un plano con vista desde arriba, que permita identificar la distribución del área donde se fabrica.	Se realiza el plano de como estaba antes la distribución del local y como quedo.

9.5 ANÁLISIS DE LA MICROEMPRESA

9.5.1 Área administrativa, comercial y legal. En el área administrativa, la Microempresa está constituida por su Gerente y Propietario Eduar Molina Hurtado, quien toma todas las decisiones de su negocio y se encarga de las funciones requeridas en el cumplimiento exitoso de los procesos que se deben llevar a cabo para alcanzar las metas trazadas. Cuenta con 2 ayudantes, ellos son sus hermanos quienes le colaboran cuando se tienen volúmenes grandes de pedidos.

Esta microempresa que se dedica a la venta, fabricación e instalación de los productos hechos en aluminio, realiza la comercialización de sus productos con clientes localizados en los barrios: San Luis, Ciudad modelo, Puerto rellena, y en municipios como: Miranda, , Corinto, Padilla y Guacarí; es dirigida por su Gerente y dueño quien tiene definido, basada en su experiencia su operación comercial de la siguiente manera:

- Visita al cliente para saber qué es lo que necesita, se realiza la cotización del producto a adquirir.
- Visita a su proveedor Dispal ubicado en el centro de la ciudad para hacerle el pedido de los insumos que necesita.
- Recibe la materia prima en su negocio; con la cual se dispone a producir y armar el material.
- Se le hace entrega al cliente de su producto terminado e instalado.

En el área legal, la microempresa no se encuentra registrada en la Cámara de Comercio, ni paga impuesto de Industria y Comercio en el municipio; pero si cuenta con el Registro Único Tributario (RUT) expedido por la DIAN N° 16.887.132-9

Con el fin de mejorar el área administrativa se crearon para la microempresa, las definiciones claves, que trazan el camino para alcanzar las metas propuestas:

Misión

Satisfacer a los clientes con productos hechos en aluminio, que cumplan con requisitos de calidad, diseño y durabilidad. Con personal que cuenta con una alta experiencia en el mercado, lo que genera compromiso y trabajo en equipo.

Visión

Ser en el 2014 la empresa líder, diseñando, produciendo y ofreciendo el servicio de armado e instalación, en todo lo que respecta al uso del aluminio, logrando así ser identificado como símbolo de excelencia.

Figura 14. Organigrama

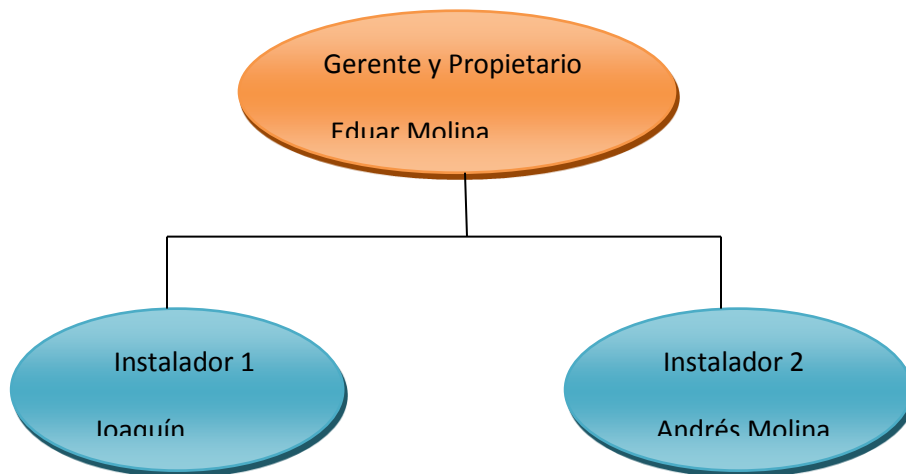


Figura 15. Proceso de prestación del servicio

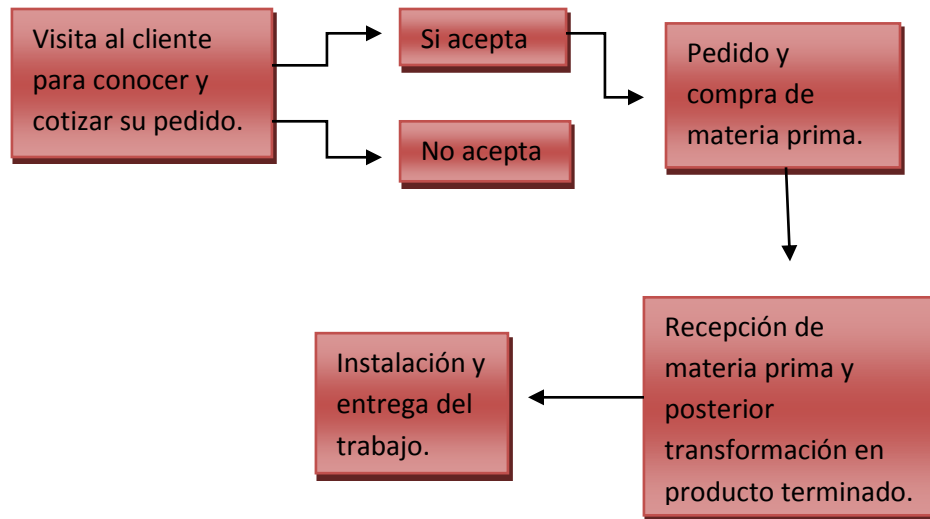
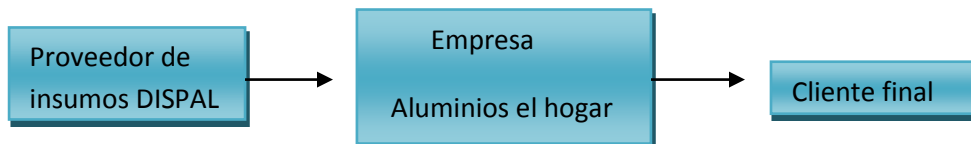


Figura 16. Canal de servicio



Cuadro 19. Análisis DOFA

ANÁLISIS INTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
Buen producto	Maquinaria y equipo deficientes
Poco tiempo de elaboración de los productos	Mala ubicación del local
Buen conocimiento técnico	Diseños iguales a la competencia
Uso de materiales de buena calidad	No se hace publicidad
Experiencia del empresario	No se hace mercadeo
Buenos márgenes de contribución	Local pequeño e inapropiado
Cumplimiento en la entrega del trabajo	Falta de conocimiento en otra línea de productos
Servicio de armado e instalación	Escaso recursos para autofinanciación
ANÁLISIS EXTERNO	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Ubicación en zona comercial	La competencia
Tranquilidad en la zona	Bajos niveles de ingreso de la población
Se realizaría un mejor trabajo en verano, que en invierno.	La variedad de diseños de la competencia
Legalización de la empresa	

9.5.2 Área de mercadeo. En esta área se realizó un análisis desde los clientes, la mezcla de mercadeo con que cuenta la microempresa, logrando así la creación de tarjetas de presentación, aviso publicitario y volantes, que permiten darse a conocer entre sus clientes potenciales, y ser recordada en los actuales, como una solución efectiva en el servicio de fabricación, venta e instalación de los productos hechos en aluminio.

Mercado

- **Perfil de Clientes:** Su principal cliente es la Fundación Carvajal, pero dentro de lo normal encontramos amas de casa que les gusta tener en sus hogares productos en aluminio, ya que son más elegantes y duraderos.
- **Clientes Potenciales:** Con la adquisición de tarjetas o volantes de presentación, se le podría pedir a su proveedor Dispál el favor de ofrecer su servicio de armado e instalación a las personas que se encuentren en este local; por el otro lado tenemos las amas de casa y vecinas interesadas en adquirir productos en aluminio y que desean adornar y exhibir en sus hogares.
- **Competidores:** En la zona se identificaron dos competidores, A.P.V y Alum Deko, que ofrecen el servicio de armado de los productos en aluminio, con la gran diferencia que el empresario ofrece el servicio de instalación.
- **Proveedores:** Para la compra de materia prima, el empresario se desplaza al centro de Cali, donde se encuentra su proveedor Dispál.

Cuadro 20. Lista de clientes

NOMBRE DEL CLIENTE	NOMBRE DE LA EMPRESA	DIRECCION	TELEFONO	CELULAR	REGULARIDAD DE COMPRA
Fundación Carvajal	Fundación Carvajal	Cra. 25 No. 2-01	5542949		Cada 3 meses
Amparo Montoya	Ama de Casa	Miranda Cauca		3122752563	Cada 4 meses
Libia	Ama de Casa	Cali			Cada 6 meses
Luz Estela Moreno	Ama de Casa	Hospital Primitivo Iglesias		3116467091	Cada 6 meses

Cuadro 21. Marketing MIX

Marketing MIX	Características	Recomendaciones	Estratégicas
Producto	Excelente calidad.	Ampliar la oferta.	La implementación del servicio de instalación, como valor agregado.
Precio	Bueno.	Crear políticas para establecer precios.	Estar pendiente de la competencia para así poder fijar una lista de precios en la cual se pueda apoyar.
Plaza	Venta directa al cliente.	Entregar una cotización más rápida al cliente.	Manejar una lista, donde aparezca el promedio del precio de los artículos en aluminio.
Promoción	No tiene tarjetas de presentación, volantes o pendón.	Diseñar tarjeta, volantes y pendones de presentación.	Hacer publicidad, realizar entrega de volantes y tarjetas de presentación.

Imagen corporativa

Se crea para la empresa un logo, tarjeta de presentación, aviso, sticker y volante, con el fin de identificarse ante el mercado objetivo, generar recordación y posicionamiento. Cabe resaltar que es solo una propuesta, y que la verdadera imagen corporativa de la microempresa este dirigida por publicistas asignados por la Fundación Carvajal.

Nombre Microempresa: ALUMINIOS EL HOGAR

Figura 17. Logo



Figura 18. Tarjeta de presentación



Figura 19. Aviso



Figura 20. Sticker



Figura 21. Volante



9.5.3 Área contable y financiera. En esta área de la microempresa se recomienda mantener actualizados los registros contables según su movimiento, tener en cuenta las compras de materias primas cantidades y precios, los tiempos utilizados en la terminación e instalación de cada producto, y los pagos recibidos. La información permite realizar los estados financieros, balance final, estado de resultado, cuadros de costos e inventarios y hallar los indicadores para el análisis financiero y contable, que nos dan como resultado la calificación de la gestión de la microempresa.

Con el apoyo de las plantillas en formato Excel, facilitadas por la Fundación Carvajal, se organizó la información recopilada y se obtuvieron los siguientes resultados:

Cuadro 22. Inventario inicial de activos fijos

MAQUINARIA Y EQUIPO			
NOMBRE DEL ACTIVO	CANTIDAD	VALOR COMERCIAL	VALOR TOTAL
	(A)	DE LA UNIDAD (B)	(AXB)
Troquel	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Cierre circular	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Taladro Discover	2	\$ 70.000	\$ 140.000
Taladro Davinchi	1	\$ 120.000	\$ 120.000
Taladro The Wold	1	\$ 80.000	\$ 80.000
Taladro	1	\$ 60.000	\$ 60.000
Herramientas	1	\$ 250.000	\$ 250.000
Total			\$ 3.150.000

INVENTARIO DE VEHICULOS			
NOMBRE DEL ACTIVO	CANTIDAD	VALOR COMERCIAL	VALOR TOTAL
	(A)	DE LA UNIDAD (B)	(AXB)
Auto	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Total			\$ 1.500.000

INVENTARIO DE VEHICULOS			
NOMBRE DEL ACTIVO	CANTIDAD	VALOR COMERCIAL	VALOR TOTAL
	(A)	DE LA UNIDAD (B)	(AXB)
Computador	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Total			\$ 1.000.000

La microempresa, hasta el momento cuenta con un inventario de activos fijos evaluado en \$ 5.650.000

Cuadro 23. Lista de materiales que se utilizan en los productos

Material	Presentación del material en volumen	Valor de compra según presentación	Cantidad a fraccionar	Unidad de costo del material	Valor de compra del material
Cabezal Ventana	metros	\$ 22.220	6	metros	\$ 3.703,33
Sillar Ventana 50-20	metros	\$ 23.220	6	metros	\$ 3.870,00
Jamba Ventana	metros	\$ 21.100	6	metros	\$ 3.516,67
Traslape	metros	\$ 14.360	6	metros	\$ 2.393,33
Enganche	metros	\$ 18.660	6	metros	\$ 3.110,00
Horizontal	metros	\$ 22.660	6	metros	\$ 3.776,67
Vidrios	unidad	\$ 11.520	1	unidad	\$ 11.520,00
Empaque	metros	\$ 488.517	720	metros	\$ 678,50
Cierre media luna	unidad	\$ 3.017	1	unidad	\$ 3.017,00
Rodamiento	unidad	\$ 1.000	1	unidad	\$ 1.000,00
Felpa	metros	\$ 49.000	200	metros	\$ 245,00
Tubo de silicona	unidad	\$ 10.052	1	unidad	\$ 10.052,00
Acrílico	unidad	\$ 52.000	1	unidad	\$ 52.000,00
Vertical Nave	metros	\$ 18.580	6	metros	\$ 3.096,67
Toallero	metros	\$ 9.600	6	metros	\$ 1.600,00
Manija	Paquete x 3 unidades	\$ 4.000	1	Paquete x 3 unidades	\$ 4.000,00
Cabezal Baño	metros	\$ 34.610	6	metros	\$ 5.768,33
Jamba Baño	metros	\$ 14.800	6	metros	\$ 2.466,67
Sillar Baño	metros	\$ 17.952	6	metros	\$ 2.992,00

Cuadro 24. Margen de contribución industria

PRODUCTO	UNIDADES VENDIDAS MES A	PRECIO DE VENTA DEL PRODUCTO B	COSTO VARIABLE DEL PRODUCTO C	MARGEN DE CONTRIBUCION DE LA UNIDAD B-C=D	MARGEN DE CONTRIBUCION EN PORCENTAJE D/B X 100	VENTA DEL MES DE CADA PRODUCTO AXB	MARGEN DE CONTRIBUCION MES POR PRODUCTO AXD
Ventana 50-20	162	148.350	92.940	\$ 55.410	37%	\$ 24.032.700	\$ 8.976.398
División de Baño	5	250.000	120.923	\$ 129.077	52%	\$ 1.250.000	\$ 645.383
Total del mes						\$ 25.282.700	\$ 9.621.781
Margan de contribucion		38,10%					
Costos variables		61,90%					

ALUMINIOS EL HOGAR, tiene un margen de contribución en industria de 38.1%, lo cual nos muestra que sus productos contribuyen en este porcentaje, al cubrimiento de los costos fijos de la microempresa.

Cuadro 25. Costos fijos

DEPRECIACION MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 26.250	1,2%
ARRENDAMIENTO	\$ 75.000	3,4%
SERVICIOS PUBLICOS	\$ 75.000	3,4%
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	\$ 8.000	0,4%
TRANSPORTE DE PRODUCCION	\$ 135.000	6,1%
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 319.250	14,4%

Cuadro 26. Gastos administrativos

SUELDO EMPRESARIO	\$ 1.357.330	61,4%
DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTO	\$ 27.778	1,3%
DEPRECIACION VEHICULOS	\$ 25.000	1,1%
TRANSPORTE ADMINISTRATIVO	\$ 250.000	11,3%
GASTOS DE PAPELERIA	\$ 6.000	0,3%
MANTENIMIENTO VEHICULO	\$ 135.000	6,1%
CAFETERIA	\$ 90.000	4,1%
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 1.891.108	85,6%

TOTAL COSTOS FIJOS MAS GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 2.210.358
--	---------------------

Cuadro 27. Otros ingresos

Trabajo en la Construcción	\$ 1.000.000	
TOTAL OTROS INGRESOS	\$ 1.000.000	45%

TOTAL COSTOS FIJOS MAS GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 1.210.358
--	---------------------

Cuadro 28. Sueldo empresario

CONCEPTO	VALOR
ALIMENTACION	\$ 380.000
TRANSPORTE FAMILIA	\$ 110.000
PENSION COLEGIOS	\$ 230.000
RECREACION	\$ 120.000
VESTUARIO	\$ 125.000
ARRIENDO DE LA CASA	\$ 90.000
SERVICIOS PUBLICOS CASA	\$ 90.000
TELEFONO	\$ 35.000
GAS DOMICILIARIO	\$ 5.184
PARABOLICA	\$ 21.000
CUOTAS CREDITOS PERSONAL	\$ 48.146
DIEZMOS	\$ 3.000
DONACION FAMILIARES	\$ 100.000
TOTAL SUELDO	\$ 1.357.330

Los costos fijos más gastos de administración de ALUMINIOS EL HOGAR suman \$2.210.358, de los cuales \$ 1.357.330, son el sueldo del empresario, constituyendo casi el 61.4% de estos. Las cantidades restantes están reflejadas en: depreciaciones de maquinaria y equipo, vehículo y equipo de cómputo.

Un valor importante son los gastos de transporte administrativo por un valor mensual de \$250.000 y un porcentaje del 11.3%. El empresario tiene otros ingresos mensuales por concepto del trabajo realizado en la construcción, por un valor de \$1.000.000 mensuales.

Cuadro 29. Margen de contribución ponderado y punto de equilibrio

	Participación Ventas	Margen de Contribución	Margen Ponderado
Margen de industria ponderado	100,00%	38,06%	38,06%
	Margen de la empresa		38,06%
PUNTO DE EQUILIBRIO MES			\$ 3.180.400
PUNTO EQUILIBRIO DIARIO			\$ 106.013

La Microempresa debe vender productos por un valor mínimo de dos millones trescientos ochenta y nueve mil ochocientos cincuenta y cinco pesos mensuales (\$2.389.855), para alcanzar su punto de equilibrio, es decir, en este nivel quedan cubiertos los costos y gastos, y la microempresa no genera pérdidas ni ganancias.

Cuadro 30. Estudio de costos vs. estado de ganancias o perdidas

	%	ESTUDIO COSTOS
VENTAS PROMEDIO MES	100%	\$ 6.058.333
COSTOS VARIABLES (-)	62%	\$ 3.752.727
MARGEN DE CONTRIBUCION (=)	38%	\$ 2.305.606
COSTOS FIJOS Y GASTOS (-)	20%	\$ 1.210.358
UTILIDAD	18%	\$ 1.095.249

	PROMEDIO DE VENTAS AÑO		
	VENTA ALTA	VENTA MEDIA	VENTA BAJA
ENERO			1
FEBRERO			1
MARZO			1
ABRIL		1	
MAYO			1
JUNIO		1	
JULIO		1	
AGOSTO			1
SEPTIEMBRE			1
OCTUBRE	1		
NOVIEMBRE			1
DICIEMBRE		1	
TOTAL	1	4	7
VALOR VENTA	\$ 24.030.000	\$ 10.417.500	\$ 1.000.000

El promedio de ventas mensuales total de productos para la microempresa ALUMINIOS EL HOGAR, son de seis millones cincuenta y ocho mil trescientos treinta y tres pesos (\$6.058.333), este valor varía según el volumen de pedidos que tenga.

Los costos variables alcanzan el 62%, generando un margen de contribución de 38%, los costos fijos y gastos administrativos son el 20%; liquidando una utilidad baja de 18%.

Cuadro 31. Balance general comparativo

ACTIVOS	BALANCE INICIAL	BALANCE FINAL	CAMBIOS
CAJA	\$ 2.500.000	\$ 1.850.000	-26,0%
BANCOS	\$ 280.000	\$ 0	-100,0%
CUENTAS POR COBRAR CLIENTES	\$ 0	\$ 3.554.400	
INVENTARIOS	\$ 0	\$ 869.320	
OTROS	\$ 7.000.000	\$ 7.000.000	0,0%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 9.780.000	\$ 13.273.720	35,7%
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 3.150.000	\$ 3.150.000	0,0%
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	0,0%
VEHICULOS	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	0,0%
DEPRECIACIONES	\$ 79.028	\$ 79.028	0,0%
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 5.570.972	\$ 5.570.972	0,0%
TOTAL ACTIVOS	\$ 15.350.972	\$ 18.844.692	22,8%
PASIVOS	BALANCE INICIAL	BALANCE FINAL	CAMBIOS
ANTICIPOS RECIBIDOS	\$ 0	\$ 8.560.000	
OTRAS OBLIGACIONES	\$ 0	\$ 120.000	
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 0	\$ 8.680.000	
TOTAL PASIVOS	\$ 0	\$ 8.680.000	
CAPITAL	\$ 300.000	\$ 300.000	0,0%
UTILIDAD ACUMULADA	\$ 15.050.972	\$ 15.050.972	0,0%
UTILIDAD DEL PERIODO	\$ 0	-\$ 5.186.280	
TOTAL PATRIMONIO	\$ 15.350.972	\$ 10.164.692	-33,8%
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	\$ 15.350.972	\$ 18.844.692	22,8%

La microempresa tuvo los siguientes cambios:

Activo-Caja: Disminuyo \$650.000 con un porcentaje -26%

Activo-Cuentas por cobrar: Aumentaron en \$3.554.400, una cifra alta debido a rete fuentes de trabajos ya realizados con la Fundación Carvajal.

Activos-Inventarios: Aumento \$869.320, por concepto del trabajo en Villa Rica que tiene con la Fundación Carvajal.

El total de Pasivos: Aumento \$8.680.000, por concepto del anticipo que recibió para la obra en Villa Rica.

Cuadro 32. Estado de ganancias o pérdidas

VENTAS CONTADO	\$ 16.000.000
COMPRAS DECONTADO	\$ 9.700.000
INVENTARIOS FINALES	\$ 869.320
COSTO DE VENTA	\$ 8.830.680
GASTOS GENERALES	\$ 1.210.358
UTILIDAD DEL PERIODO	\$ 5.958.962

Cuadro 33. Razones financieras

LIQUIDEZ CORRIENTE	\$ 1,53	Por cada peso que se debe a corto plazo, la empresa tiene \$1,53 para pagar.
PRUEBA DE FUEGO	\$ 1,51	Por cada peso que se debe a corto plazo, reúne de forma casi que inmediata \$1,51
RAZON DE ENDEUDAMIENTO	46,3%	El grado de endeudamiento que tiene el negocio es de 46,3%.
RAZON DE AUTONOMIA	53,7%	Es el grado de propiedad que corresponde al dueño del negocio es 53,7%
RENTABILIDAD SOBRE VENTAS	37,2%	Es la comparación de la utilidad del mes con respecto a las ventas que se realizaron. Me muestra lo que queda después de haber descontado todo lo que asume en el proceso de comercializar el producto expresado en porcentaje.
RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS	31,8%	Es la comparación de la utilidad del mes con respecto a la inversión en activos que posee el negocio. Me muestra que tanto rendimiento tienen los recursos que posee la empresa. Entre más alta mejor.
RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO	59,1%	Es la comparación de la utilidad del mes con respecto a la inversión que se tiene por parte del empresario. Me muestra que tan rentable es tener invertido el dinero del empresario en el negocio. Entre más alto mejor.
ROTACION DE MERCANCIAS	1	El tiempo que se tarda en rotar la mercancía es de 1 días

9.5.4 Área de producción. Se le recomendó al empresario realizar algunos cambios al sitio donde actualmente se da el proceso de almacenamiento, corte y armado de las estructuras en aluminio. A continuación se muestran las imágenes del antes y después, de la distribución del sitio para la realización del proceso de producción:

Figura 22. Plano distribución planta antes

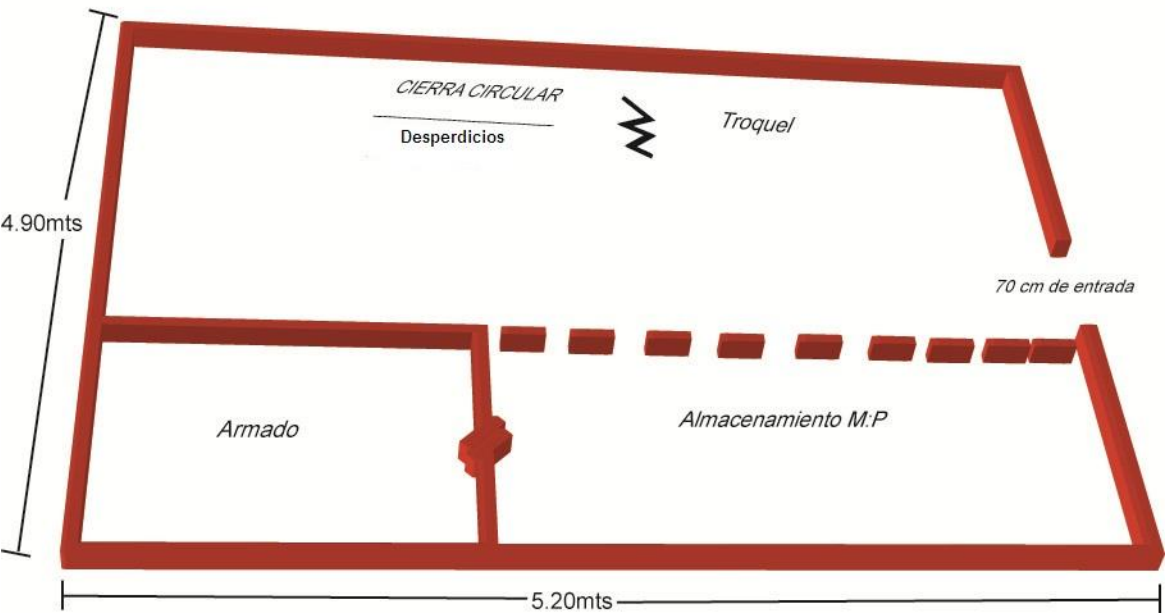
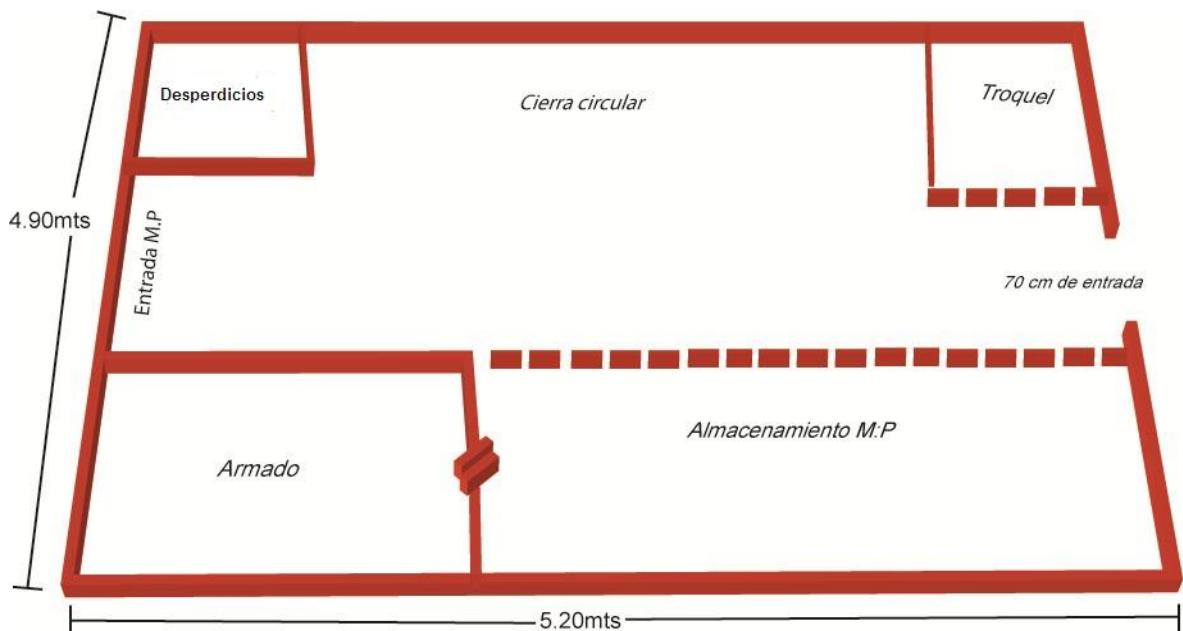


Figura 23. Plano distribución planta después



9.6 PLAN DE MEJORAMIENTO A SEGUIR

Aluminios el hogar

Eduar Molina Hurtado

Área de costos: Es muy importante que el empresario Eduar Molina Hurtado tenga en cuenta la manera correcta de llevar sus registros en el libro contable. Al empresario le ha gustado la dinámica que esto representa para su empresa, es importante que realice un conteo físico de su inventario cada vez que termine alguna obra o trabajo.

Área de mercadeo: Es muy importante que el empresario tenga en cuenta el uso de un portafolio para la exhibición de los trabajos realizados a futuros clientes, lo que le facilita al consumidor escoger que es lo que quiere y como lo quiere. El asesor hizo las respectivas recomendaciones, para que siga mejorando este aspecto, que le sea más fácil para el vender sus productos.

Una vez la Fundación Carvajal le haya entregado todo la implementación de la publicidad a el señor Eduar Molina Hurtado, el mismo deberá colocarse a repartir volantes, para atraer más clientes a su negocio.

Área administrativa: Se diseñó una Misión y una Visión la cual direcciona al empresario y a su negocio. Recomendándole al empresario imprimirla y mostrarla en su negocio para estar siempre trabajando en pro de que eso se cumpla.

- Por la naturaleza de este tipo de negocio, donde la publicidad es mínima o se da por recomendaciones de un cliente a otro (boca a boca) tiene una gran importancia, se recomienda dar utilización a la imagen corporativa, distribuyendo tarjetas de presentación, resaltando sus servicios de excelente calidad, garantizados por la experiencia y su conocimiento.
- Realizar las visitas a sus clientes cuando estos lo requieran, teniendo en cuenta llevar consigo el catálogo de los trabajos realizados y una lista de precios como guía, para así mismo saber cuánto son sus costos y ventajas que esto conlleva, hacer una visita efectiva para tomar el pedido y disminuir el gasto de transporte.
- Establecer políticas de precios para lograr un lineamiento en este tema, y conocer los márgenes reales de utilidad.
- En el área financiera y contable, se recomienda mantener el registro de los movimientos contables en el libro contable diario, donde quede constancia de las compras de insumos realizadas, fecha, precios de compra y de venta, lo que finalmente permiten verificar la viabilidad y rentabilidad del negocio.

Área de producción: Se crearon los planos adecuados para la distribución más apropiada al sitio donde el empresario realiza su proceso de fabricación.

10.CONCLUSIONES

- Con la elaboración de este proyecto de pasantía, se pudo tener experiencia tanto en la parte social como laboral, trabajar con los empresarios del barrio Ciudad Córdoba (comuna 15) y Remansos de Comfandi (comuna 21).
- En un principio fue un poco difícil, debido a la falta de conocimientos teóricos que ellos tienen en las diferentes áreas de las empresas, un reto que asumí como asesor desde el inicio de este proceso, poder enseñarles de la forma más simple posible, los conceptos básicos que se deben manejar en toda organización.
- Realizados los diagnósticos de cada microempresa, los cuales permitieron observar las falencias que estas tenían, se trazaron planes de mejoramiento en cada área, con el fin de encontrar una solución o posible recomendación para mitigar ese defecto.
- La información del área contable y financiera, de la empresa MAGICARTE se presentaron algunos inconvenientes por no tener un registro contable y un seguimiento mensual de los inventarios, la falta de conocimientos sobre las áreas jugaron un papel importante. Pero gracias a la implementación de estrategias durante la asesoría, se logró obtener mejores resultados.

11.RECOMENDACIONES

- Lo que respecta al formato en Excel suministrado por la Fundación Carvajal y sobre el cual se debía de trabajar, considero que en la parte de diagnóstico no deberían de amarrar aspectos como habilidades y destrezas del empresario a asesorar, debido a que en muchas ocasiones no son las que aparecen en la plantilla y quedan por fuera de esta.
- Se les recomendó a los empresarios inscribirse en Cámara de Comercio, con el objetivo de tener mejores oportunidades en el mercado, así poder aumentar sus ingresos y mejorar su calidad de vida.
- Se sugiere continuar en una segunda etapa, con la asesoría y apoyo a estos dos microempresarios que tienen un potencial para proyectar sus empresas a mejores resultados en la producción y el logro de mayores resultados económicos.

BIBLIOGRAFÍA

CÁMARA DE COMERCIO DE CALI. Ruta Micros. [en línea]. Cali: Cámara de Comercio de Cali, 2011. [Consultado 21 de Octubre de 2009]. Disponible en Internet: <http://www.ccc.org.co/rutamicro.html>

CHIAVENATO, Idalberto. Comportamiento organizacional: La dinámica del éxito en las organizaciones. México: Thomson, 2004. 691 p.

ARCOS, René, **et al.**: Manual del asesor. 2 ed. Cali: Fundación Carvajal, 2006.

Problemática de la Zona (N1) [en línea]. Cali: Fundación Carvajal, 2011. [Consultado 25 de Noviembre de 2011]. Disponible en Internet: http://www.fundacioncarvajal.org.co/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=130%3Adistritoaguablanca&catid=134%3Alineas-de-accion-y-zonas-de-intervencion&Itemid=145&lang=es

Generación de Ingresos [en línea]. Cali: Fundación Carvajal, 2011. [Consultado 19 de Septiembre de 2011]. Disponible en Internet: http://www.fundacioncarvajal.org.co/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=85&Itemid=134&lang=es

Funciones básicas de la empresa [en línea]. Florida: Fundación Wikimedia, 2012. [Consultado 19 de Septiembre de 2011]. Disponible en Internet: http://es.wikipedia.org/wiki/Funciones_b%C3%A1sicas_de_la_empresa

Cliente [en línea]. Florida: Fundación Wikimedia, 2012. [Consultado 19 de Septiembre de 2011]. Disponible en Internet: <http://es.wikipedia.org/wiki/Cliente>

Competidor [en línea]. Colombia: Businesscol, 2012. [Consultado 15 de Enero de 2012]. Disponible en Internet: <http://www.businesscol.com/productos/glosarios/administrativo/glossary.php?word=COMPETIDOR>

La Competitividad [en línea]. Argentina: Monografías.com, 2011. [Consultado 19 de Septiembre de 2011]. Disponible en Internet: <http://www.monografias.com/trabajos/competitividad/competitividad.shtml>

Definición de estrategia [en línea]. Estados Unidos: definicion.org, 2011. [Consultado 19 de Septiembre de 2011]. Disponible en Internet: <http://www.definicion.org/estrategia>

Mercado [en línea]. Argentina: Monografías.com, 2011. [Consultado 19 de Septiembre de 2011]. Disponible en Internet: <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>

Definición de Microempresa – Pequeña EMPRESA [en línea]. España: blogdiario.com, 2011. [Consultado 19 de Septiembre de 2011]. Disponible en Internet: <http://microempresa.blogdiario.com/1206741300/>

Distrito de Aguablanca [en línea]. Cali: Fundación Carvajal, 2011. [Consultado 19 de Septiembre de 2011]. Disponible en Internet: http://www.fundacioncarvajal.org.co/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=116&Itemid=100&lang=es

Familias Vulnerables [en línea]. Cali: Fundación Carvajal, 2011. [Consultado 19 de Septiembre de 2011]. Disponible en Internet: http://www.fundacioncarvajal.org.co/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=76&Itemid=100&lang=es

Centros de Servicios [en línea]. Cali: Fundación Carvajal, 2011. [Consultado 19 de Septiembre de 2011]. Disponible en Internet: http://www.fundacioncarvajal.org.co/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=116&Itemid=100&lang=es

Barrió El Retiro [en línea]. Cali: Fundación Carvajal, 2011. [Consultado 19 de Septiembre de 2011]. Disponible en Internet: http://www.fundacioncarvajal.org.co/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=116&Itemid=100&lang=es

La Investigación Descriptiva [en línea]. México: noemagico.blogia.com, 2011. [Consultado 19 de Septiembre de 2011]. Disponible en Internet: <http://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigacion-descriptiva.php>